

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH UNTUK MEMPERTAHANKAN  
KESEJAHTERAAN PELAKU UMKM DI MASA  
PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDAR  
LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**  
(Studi Pada Pelaku UMKM Kripik Pisang di Jl. ZA.Pagar Alam)

**Skripsi**

**Ditujukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh:  
NURANNISA SUCI RAHMANTI  
NPM: 1751010106**



**Program Studi : Ekonomi Syariah**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1443 H/2021 M**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH UNTUK MEMPERTAHANKAN  
KESEJAHTERAAN PELAKU UMKM DI MASA  
PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDAR  
LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**  
(Studi Pada Pelaku UMKM Kripik Pisang di Jl. ZA.Pagar Alam)

**Skripsi**  
**Ditujukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi**  
**Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**  
**Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Program Studi : Ekonomi Syariah**

**Pembimbing I: Mardhiyah Hayati,S.P,M.S.I**  
**Pembimbing II : Adib Fachri,M.E.Sy**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**1443 H/2021 M**

## ABSTRAK

UMKM keripik pisang yang berada di Jl. ZA Pagar Alam Bandar Lampung atau yang bisa dikenal dengan sebutan Gang.PU merupakan salah satu pusat oleh-oleh khas Lampung. Keripik pisang yang berada di Jl. ZA Pagar Alam bandar Lampung yang merupakan sumber mata pencaharian sebagian masyarakat yang berada di sekitarnya. Pengembangan perlu ditingkatkan dan hambatan-hambatan pada masa pandemi covid-19 pengembangannya perlu diatasi supaya dapat lebih meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM kripik pisang dalam mempertahankan kesejahteraan dimasa pandemi covid-19 serta bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan UMKM kripik Pisang di Jl.ZA Pagar Alam di masa pandemi covid-19 dalam perspektif Ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM kripik pisang dalam mempertahankan kesejahteraan dimasa pandemi covid-19 dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan UMKM kripik Pisang di Jl.ZA Pagar Alam dalam perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah *field research*, dengan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Jumlah sampel yang dalam penelitian ini sebanyak 32 responden.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil penelitian dari diagram SWOT menggambarkan bahwa posisi produk usaha berada di kuadran I dengan hasil 0,15 dan 0,5 yang menyatakan bahwa strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM keripik pisang Jl. ZA Pagar Alam yaitu dengan strategi agresif dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang cukup besar sehingga dengan kekuatan internal yang dimiliki dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kekuatan yang bisa dimanfaatkan dimasa pandemi saat ini adalah produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha yang sudah terkenal dengan berbagai macam varian rasanya yang harus tetap dipertahankan dimasa pandemi saat ini, dan dengan harga yang terjangkau itu juga bisa menarik minat para pembeli. Dalam perspektif ekonomi strategi yang dijalankan

adalah dimana dalam mengembangkan usahanya para pedagang keripik pisang memproduksi bahan-bahan yang tidak mengandung zat yang haram dan berbahaya bagi kesehatan konsumennya, mengutamakan kebersihan lingkungan usahanya apalagi dimasa pandemi seperti ini sangat perlu menjaga kebersihan lingkungan usahanya dan menjamin kualitas produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM keripik pisang.

**Kata Kunci:** Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Strategi Pengembangan UMKM, Covid-19



## ABSTRACT

*Small and medium micro business banana chips located on Jl. ZA Pagar Alam Bandar Lampung or what can be known as Gang.PU is a center for souvenirs typical of Lampung. Banana chips located on Jl. ZA Pagar Alam Bandar Lampung which is a source of livelihood for some of the people around it. Development needs to be improved and obstacles during the COVID-19 pandemic in its development need to be overcome to further improve the welfare of small and medium micro business actors. The formulation of the problem in this study is how the business development strategy can be carried out by small and medium micro enterprises banana chips in improving welfare during the covid-19 pandemic and how business development strategies can be carried out by small and medium micro enterprises Banana chips on Jl.ZA Pagar Nature during the COVID-19 pandemic in the perspective of Islamic Economics. The purpose of this study is to find out the business development strategies that can be carried out by small and medium micro enterprises banana chips in improving welfare during the covid-19 pandemic and to find out business development strategies that can be carried out by small and medium micro enterprises Banana chips on Jl. ZA Pagar Alam in the perspective of Islamic Economics.*

*This type of research is field research, with descriptive analysis research. Sources of data used are primary data and secondary data. By using data collection methods, namely observation, interviews, questionnaires and documentation. The number of samples in this study were 32 respondents.*

*Based on the results of the analysis that has been carried out, the results obtained from the SWOT diagram illustrate that the position of business products is in quadrant I with results of 0.15 and 0.5 which states that the development strategy that can be carried out by Micro, Small and Medium Enterprises banana chips Jl. ZA Pagar Alam is an aggressive strategy where the company has considerable opportunities and strengths so that with its internal strengths it can take advantage of existing opportunities. Strengths that can be utilized during the current pandemic are the products offered by business actors who are already well-known for their various flavors that must be maintained during the current pandemic, and at an affordable price that can also attract buyers. From an economic perspective, the strategy implemented is where in developing their business, banana chip traders produce ingredients that do not contain substances that*

*are haram and harmful to the health of their consumers, prioritize the cleanliness of their business environment, especially during a pandemic like this, it is very necessary to maintain the cleanliness of their business environment and ensure product quality. produced by Micro, Small and Medium Enterprises of banana chips.*

**Keywords :** *Micro Small and Medium Enterprises, Micro Small and Medium Enterprises Development Strategy, Covid-19*



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurannisa Suci Rahmanti  
NPM : 1751010106  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Di Jl. ZA Pagar Alam)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun sanduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusunan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 02 September 2021  
Yang Membuat,



**Nurannisa Suci Rahmanti**  
**NPM. 1751010106**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung (0721) 703260*

**SURAT PERSETUJUAN**

**Judul : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Di Jl. ZA Pagar Alam**

**Nama : Nurannisa Suci Rahmanti**

**NPM : 1751010106**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

**Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang  
Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I**

**Mardhiyah hayati, S.P,M.S.I**

**NIP. 197605292008012010**

**Pembimbing II**

**Adib Fachri, M.E.Sy**

**Ketua Jurusan**

**Madnasir, S.E., M.E**

**NIP. 19750424200212100**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung (0721) 703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM di Masa pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di JL.ZA Pagar Alam)” disusun oleh Nurannisa Suci Rahmanti, NPM 1751010106 Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, pada Hari/Tanggal: Rabu 27 Oktober 2021.

**TIM PENGUJI**

**Ketua** : Dr. Hi. Ahmad Isaeni, M.a  
**Sekretaris** : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy  
**Penguji I** : Dr. Hi. Syamsul Hilal, M.Ag  
**Penguji II** : Mardhiyah Hayati, S.P, M.Si  
**Penguji III** : Adib Fachri, M.E.Sy

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Abdul Ghofur, M.S.I.  
NIP. 198 008012003121001

## MOTTO

وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ  
أَمْرِهِ ۚ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣﴾

*“Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (Keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu”*  
(Q.S Ath-Thalaq:3).



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ibu Rini Pujihariyati S.Pd dan Bapak Nur Hadriyanto tercinta yang telah senantiasa selalu memberikan doa, motivasi, semangat, teladan, dukungan moril dan semua didikan yang telah mereka ajarkan kepada penulis, sehingga terus semangat dan berharap akan memberikan yang terbaik kepada mereka.
2. Seluruh keluarga tercinta mamasku Mas Bayu, Mas Redy, dan Mas Rofik serta keponakan ku Fathan, Aira, Apip, Anya, dan Naura yang selalu memotivasi demi keberhasilanku.
3. Sahabat dan teman-teman terbaikku Putri dan Novi dan sahabat-sahabatku semua yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi dan bantuan yang telah sahabat-sahabat berikan.
4. Ibu Mardhiyah hayati, S.P.,M.S.I dan Bapak Adib Fachri,M.E.Sy yang telah banyak memberikan bimbingan serta membantu sebagai narasumber untuk mendapatkan ilmu pengetahuan.
5. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang selalu penulis banggakan yang menjadi tempat menimba ilmu pengetahuan dan memperbanyak teman untuk menjalin silaturahmi.

## RIWAYAT HIDUP

Nurannisa Suci Rahmanti, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 07 Oktober 1999, anak bungsu dari empat bersaudara anak dari Bapak Nur Hadiriyanto dan Ibu Rini Pujihariyati, S.Pd. pendidikan dimulai dari SDN 5 Sumberejo Kemiling Bandar Lampung selesai pada tahun 2011, SMPN 26 Bandar Lampung selesai pada tahun 2014, SMA Persada Bandar Lampung selesai pada tahun 2017, dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester I tahun akademik 2017

Banda Lampung, 02 September 2021.

Yang membuat,





## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena nikmat dan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MEMPERTAHANKAN KESEJAHTRAAN PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PESPEKTIF EKONOMI ISLAM ( STUDI PADA PELAKU UMKM KERIPIK PISANG DI JL. ZA PAGAR ALAM)”** dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, para sahabat, serta para pengikut beliau.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Selama menyusun skripsi ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan ucapan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir,S.E.,M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Mardhiyah Hayati, S.P.,M.S.I selaku Pembimbing I dan Bapak Adib Fachri, M.E.Sy selaku Pembimbing II yang dengan tulus dan sabar telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan ini dapat selesai.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah



memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.

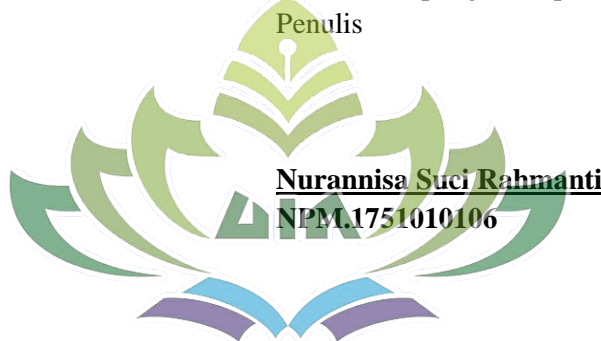
5. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan masukan serta inspirasi bagi penulis

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

***Wassalamu 'alaikum Wr.Wb***

Bandar Lampung, 02 September 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Fokus dan Sub-fokus Penelitian .....	15
D. Rumusan Masalah .....	16
E. Tujuan Penelitian.....	16
F. Manfaat Penelitian .....	16
G. Kajian Penelitian Terdahulu .....	17
H. Metode Penelitian.....	21
I. Sistematika Pembahasan .....	28
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. strategi pengembangan	
1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha .....	31
2. Jenis Strategi.....	33
B. UMKM	
1. Pengertian UMKM.....	37
2. Ciri-Ciri UMKM .....	38
3. Karakteristik UMKM .....	40
4. Daya Saing UMKM.....	40
5. Permasalahan UMKM.....	41

6. Pemilihan Lokasi Usaha.....	44
C. Konsep Ekonomi Islam	
1. Pengertian Ekonomi Islam .....	45
2. Dasar Ekonomi Islam .....	45
3. Karakteristik Ekonomi Islam .....	46
4. Faktor-Faktor Produksi Dalam Islam .....	49
5. Prinsip Ekonomi Islam .....	51
D. Kesejahteraan	
1. Pengertian Kesejahteraan .....	54
2. Indikator Kesejahteraan.....	55
E. Pandemi Covid-19	
1. Pengertian Pandemi Covid-19.....	57
2. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM.....	58
F. Analisis SWOT	
1. Pengertian Analisis SWOT .....	59
2. Komponen Analisis SWOT.....	61
3. Manfaat Analisis SWOT.....	62
4. Matriks SWOT .....	62
5. Diagram Analisis SWOT .....	65

### **BAB III: DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
1. Sejarah Singkat Kota Bandar Lampung.....	67
2. Visi Misi Kota Bandar Lampung.....	70
3. Produk Unggulan Kota Bandar Lampung .....	73
4. Gambaran Umum Sentra UMKM Keripik .....	75
B. Identifikasi SWOT Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan	
1. Kekuatan ( <i>Strength</i> ).....	79
2. Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) .....	82
3. Peluang ( <i>Opportunities</i> ).....	87
4. Ancaman ( <i>Threats</i> ) .....	88

### **BAB IV: ANALISIS DATA**

A. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19	
--	--

1. Strategi Produk ( <i>Product</i> ).....	92
2. Strategi Harga ( <i>Price</i> ).....	92
3. Strategi Lokasi / Tempat ( <i>Distribution /Place</i> ) ...	93
4. Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	94
B. Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covi-19	
1. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19.....	95
2. Analisis Diagram SWOT Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19 .....	107
3. Analisis Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa pandemi Covid-19.....	109
C. Analisis Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi dalam Perspektif Ekonomi Islam.	111
D. Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19 .....	117

## **BAB V: PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	119
B. Saran.....	120

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABLE

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 : Data UMKM Kota Bandar Lampung.....	4
Tabel 1.2 : Data Omzet Penjualan Tahun 2019-2020 .....	5
Tabel 2.1 : Kriteria UMKM Berdasarkan Omzet.....	19
Tabel 2.2 : Matrik Analisis SWOT .....	30
Tabel 3.1 : Wilayah Administrasi Kota Bandar Lampung .....	32
Tabel 3.2 : Produk Unggulan Kota Bandar Lampung.....	35
Tabel 3.3 : Data Industri Keripik Jl. ZA Pagar Alam Bandar Lampung .....	36
Tabel 3.4 : Struktur Organisasi .....	37
Tabel 4.1 : Faktor Strategi Internal Produk Kekuatan.....	48
Tabel 4.2 : Faktor Strategi Internal Produk Kelemahan.....	49
Tabel 4.3 : Faktor Strategi Eksternal Produk Peluang .....	51
Tabel 4.4 : Faktor Strategi Eksternal Produk Ancaman .....	52
Tabel 4.5 : Matrik SWOT .....	53





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 : Diagram Analisis SWOT.....	31
Gambar 4.1 : Diagram Analisis SWOT.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Persetujuan Lurah
Lampiran II	Dokumentasi
Lampiran III	Wawancara
Lampiran IV	Kuesioner
Lampiran V	Data Hasil Kuesioner



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas, mempermudah, dan memperjelas makna untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul skripsi. Maka diperoleh penegasan judul terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, judul skripsi **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung Dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)”**

Maka terlebih dahulu dijabarkan istilah-istilah penting yang terdapat pada judul skripsi ini, sebagai berikut:

1. **Strategi** merupakan rancangan tindakan (rangkaian kegiatan perusahaan) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.<sup>1</sup>
2. **Pengembangan** adalah suatu upaya yang digunakan untuk mengupgrade kecakapan konseptual, teoritis, teknis, moral, dan sesuai dengan kebutuhan melalui pelatihan dan pendidikan.<sup>2</sup>
3. **Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)** dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM

---

<sup>1</sup> Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 168

<sup>2</sup> Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 24

Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1. Dalam Undang-Undang tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah:<sup>3</sup>

- a. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau suatu badan usaha milik perorangan yang telah memenuhi Kriteria Usaha Mikro seperti yang sudah diatur dalam Undang-Undang.
  - b. Usaha Kecil merupakan suatu usaha yang berdiri sendiri, yang dimiliki oleh perorangan atau suatu badan usaha yang bukan menjadi anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dikuasai secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah maupun usaha besar.
  - c. Usaha Menengah merupakan sebuah usaha ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang sebuah perusahaan yang menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar.
4. **Perspektif Ekonomi Islam** adalah cara melihat atau sudut pandang yang mempelajari aktivitas yang berkaitan dengan jual beli barang dan jasa yang disesuaikan pada sudut pandang ekonomi islam yang diatur oleh agama islam dan bersumber dari Al-Qur'a dan Al- Hadits.<sup>4</sup>
5. **Kesejahteraan** adalah tolak ukur oleh masyarakat bahwa mereka berada dikondisi yang telah sejahtera. Kesejahteraan dikukur dari keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup dari masyarakat tersebut. Dalam keluarga yang sejahtera dapat dilihat dari tingginya tingkat pendidikannya karena mendapatkan timbal balik seperti pekerjaan yang mapan serta pendapatan yang mencukupi. Kesejahteraan juga dapat diartikan sebagai

---

<sup>3</sup> Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pasal 1

<sup>4</sup> Suhardi Lubis K, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), h.36

kemampuan dalam memenuhi kebutuhan untuk dapat hidup dengan layak.<sup>5</sup>

6. **Pandemi Covid-19** virus Corona atau severe acute respiratory syndrom coronavirus 2 (SARS-CoV-2) merupakan suatu virus yang menyerang sistem pernapasan pada manusia. Penyakit karena terinfeksi virus ini disebut dengan COVID-19. Virus corona ini dapat menyebabkan infeksi paru-paru yang berat serta menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan hingga dapat menyebabkan kematian. Karena adanya virus corona ini segala aktivitas yang dilakukan diluar rumah semuanya telah dibatasi. Dengan adanya program tetap dirumah aja mengakibatkan penurunan jumlah produksi, bencana yang ditimbulkan oleh covid ini telah merusak kelancaran mekanisme pasar dengan minimnya permintaan dan penawaran.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian istilah-istilah yang ada pada penegasan judul diatas, maka dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam perspektif ekonomi islam dalam membantu mempertahankan kesejahteraan pelaku UMKM di masa Pandemi Covid-19

## B. Latar Belakang

Agar terwujudnya suatu struktur tatanan perekonomian yang baik maka perlu direncanakan suatu pembangunan jangka panjang pada bidang ekonomi yang sejatinya merupakan suatu penggerak utama dari pembangunan yang seiring dengan perkembangan kualitas sumber daya manusia yang saling terkait dan berpadu dengan pembangunan yang dilaksanakan pada bidang lainnya yang

---

<sup>5</sup> Rizki Afri Mulia dan Nika Saputra, “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kota Padang”, *Jurnal El-Riyasah*, Vol. 11, No. 1 (2020), h. 68, <http://dx.doi.org/10.24014/jel.v11i1.10069>

<sup>6</sup> Moh Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti, “ Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Of Islamic*, Vol.10, No.2,(2020),h.161, <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>



dilaksanakan dengan seirama dan serasi dengan keberhasilan dalam bidang ekonomi dalam rangka mencapai tujuan pembangunan nasional.

Tujuan pembangunan nasional adalah agar terciptanya masyarakat yang adil, makmur, merata baik secara materi maupun spiritual. Ini merupakan upaya yang harus dilakukan untuk mencapai kesejahteraan, hal ini sejalan dengan apa yang tercantum dalam UUD 1945 pada pasal 27 ayat 2 bahwa tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan yang layak bagi kemanusiaan. Dengan demikian menjadi tugas penting untuk mengusahakan agar setiap orang dapat memperoleh penghasilan yang cukup untuk mencapai hidup layak bagi tenaga kerja dan keluarganya.<sup>7</sup>

Kegiatan (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pengembangan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri bagi usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah.

Sebagaimana pemacu pembangunan ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor mikro, keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bagian besar dalam perekonomian nasional, partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan perekonomian. UMKM selama ini dapat terbukti sebagai kutup pengaman dimasa krisis , melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah, keberhasilan dalam meningkatkan UMKM berarti memperkuat bisnis di masyarakat. Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan ekonomi nasional, dan sekaligus

---

<sup>7</sup> Randi R giang ,”Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleg”, *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 (2013), h. 248, <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1733>

sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. Perkembangan UMKM merupakan proses yang sangat baik untuk membawa suatu bangsa menuju kemakmuran. Perkembangan UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia sebagai meningkatkan perekonomian.

Pertumbuhan jumlah tenaga kerja yang tinggi dan berkelanjutan merupakan kondisi utama atau suatu keharusan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan. karena jumlah tenaga bertambah setiap tahun yang dengan sendirinya kebutuhan konsumsi sehari-hari juga bertambah setiap tahun, maka dibutuhkan penambahan pendapatan setiap tahun.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat saat ini. Karena keberadaanya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan keratifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha dan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sini lah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreativitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.<sup>8</sup>

UMKM perlu memiliki kepekaan yang lebih besar akan potensi produk yang dihasilkan. Hal ini tentunya akan meningkatkan daya saing produknya tersebut. Keuntungan bagi produk yang

---

<sup>8</sup> Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta, Erlangga, 2012), h.164

mencerminkan ciri khas kedaerahan, menjadi salah satu nilai tambah tersendiri bagi UMKM tersebut.<sup>9</sup>

Masalah yang sering dihadapi oleh usaha/industri kecil kebanyakan adalah sumber modal, tenaga kerja, bahan baku dan pemasaran. Modal sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan kegiatan produksi sangatlah penting dalam strategi untuk mengembangkan sebuah usaha. Kekuatan yang dimiliki usaha dapat berasal dari modal yang dimiliki.

*Marketing* atau pemasaran merupakan kegiatan penting dari perusahaan yang menghasilkan produk untuk dijual, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dengan keuntungan tersebut diharapkan perusahaan bersangkutan bukan saja dapat mempertahankan kelanjutan usahanya, tetapi juga dapat dikembangkan lebih besar. Hal ini berlaku bagi seluruh perusahaan.<sup>10</sup>

Di akhir tahun 2019 dunia digemparkan dengan adanya wabah virus covid-19 yang pertama kali ditemukan di Kota Wuhan China, dan masuk di Indonesia pada awal tahun 2020. Pada masa pandemi Covid-19, segala aktivitas dibatasi. Menurut Bank Dunia, dampak ekonomi dari covid-19 ini akan menghentikan usaha hampir 24 juta orang di Asia Timur dan pasifik. Di bawah skenario terburuknya, Bank dunia juga memperkirakan hampir 35 juta orang akan tetap berada dalam kemiskinan. Upaya yang disarankan dan dilakukan oleh berbagai negara di dunia dalam meminimalisir penyebaran virus corona atau covid-19 adalah dengan menjaga jarak sosial atau *physical distancing*. Namun gerakan tersebut berdampak pada penurunan aktivitas ekonomi secara global. Para pelaku bisnis mengalami kecemasan ketika krisis ekonomi menyebar hampir diseluruh negara di dunia akibat covid-19 ini.

Menurut *World Health Organization* (WHO), *Corona Virus Disease 19* (Covid 19) sampai saat ini telah tersebar kepada lebih dari

---

<sup>9</sup> Suryadi Prawirosentono dan Dewi Primasari, *ManajemennStratejik & Corporate Decision Making*, (Jakarta, Pt. Bumi Aksara, 2014), h. 26

<sup>10</sup> Mashuri, "Analisis Strategi Pemasaran UMKM di ERA 4.0", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 8, No. 2 (2019), h. 217, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>

122 negara, termasuk Indonesia. Sementara di Indonesia sendiri, covid-19 telah menyebar ke 279 kabupaten/kota yang tersebar di 34 provinsi . Dalam penanganannya, pemerintah lebih memilih jalur kebijakan dari dua arah, yaitu kebijakan substansinya (pencegahan) sambil memfokuskan diri pada kebijakan perbaikan ekonomi. Dua kebijakan yang dilaksanakan secara bersamaan menyebabkan implementasinya tidak maksimal dan tidak konsisten, bahkan cenderung terjadinya salah kordinasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Budi & Anshari, 2020). Pada akhirnya dua tujuan yang ingin dicapai yaitu pemutusan rantai penyebaran virusnya dan perbaikan ekonomipun belum bisa dicapai, bahkan cenderung makin parah.<sup>11</sup> Adanya pembatasan keluar rumah dengan tetap menjalankan kegiatan di rumah saja dan karantina masing-masing membuat pelanggan semakin terasingkan. Konsumen akan hanya melakukan pembelian barang primer dan cenderung menghindari pembelian barang sekunder apalagi tersier sehingga berdampak pada sisi permintaan (*supply*).

Diawal tahun 2020, serangan wabah covid 19 yang terjadi secara global hampir diseluruh dunia termasuk di Indonesia telah memicu sentimen negatif terhadap berbagai bisnis khususnya bisnis UMKM. Dampak negatif akibat wabah covid-19 ini menghambat pertumbuhan bisnis UMKM dimana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pameran atau promosi terhalang dengan adanya *physical distancing* dan adanya gerakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dianggap mampu mempercepat penanggulangan dan pencegahan penyebaran covid 19 yang semakin meluas di Indonesia.<sup>12</sup>

Pandemi covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan *online*, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan

---

<sup>11</sup> Moh Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti, "Penyusunan Strategi Pemasaran Islam Dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Of Islamic Economics and Business*, Vol.10, No. 2, (2020), h. 161, <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>

<sup>12</sup> *Ibid.*, h.119

untuk berlama-lama diluar rumah. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya.

<sup>13</sup>

Hampir semua UMKM terkena dampak negatif pandemi virus corona atau covid-19, tak terkecuali UMKM di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan data yang ada, UKM/UMKM di Kota Bandar Lampung banyak yang terkena dampaknya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**TABEL 1.1 DATA UMKM KOTA BANDARLAMPUNG**

No	Kecamatan	2019	2020
1	Tanjung Karang Pusat	1.760	890
2	Tanjung Karang Timur	1.199	709
3	Tanjung Karang Barat	994	776
4	Kedaton	1.172	836
5	Rajabasa	1.369	714
6	Tanjung Senang	1.186	784
7	Sukarame	1.418	912
8	Sukabumi	1.180	672
9	Panjang	1.191	917
10	Teluk Betung Selatan	1.309	795
11	Teluk Betung Barat	1.316	653
12	Teluk Betung Utara	1.166	635

---

<sup>13</sup> Wan Laura Hardilawati, “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, *Jurnal Akutansi dan Ekonomika*, Vol.10, No.1, (2020), h. 91, <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>



13	Kemiling	1.670	846
14	Teluk Betung Timur	1.098	788
15	Enggal	1.249	942
16	Bumi Waras	1.224	678
17	Way Halim	1.162	682
18	Kedamaian	1.209	729
19	Labuhan Ratu	1.351	828
20	Langkapura	1.162	719
	<b>Jumlah</b>	<b>25.385</b>	<b>15.505</b>

*Sumber diskopumkm.bandarlampungkota.go.id<sup>14</sup>*

Dari data diskopumkm Kota Bandar Lampung di atas, dapat dilihat bahwa pandemi covid-19 mengakibatkan penurunan jumlah UMKM dari tahun 2019 sampai tahun 2020, dari jumlah pelaku UMKM di tahun 2019 sebanyak 25.385 menjadi 15.505 di tahun 2020 atau 49,4 %. Hal ini disebabkan karena banyaknya pelaku UMKM yang mengalami penurunan penjualan, mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan atau kredit, mengalami permasalahan dalam distribusi barang, dan sulitnya para pelaku umkm dalam mendapatkan bahan baku sehingga banyak pelaku UMKM yang tidak mampu menjalankan usahanya.

Provinsi Lampung tepatnya di Kota Bandar Lampung memiliki berbagai jenis bisnis yang termasuk dalam kategori industri pengelolaan. Industri pengelolaan buah pisang menjadi kripik pisang adalah salah satu produksi rumahan yang dijadikan usaha, karena pisang kepok maupun pisang raja mudah didapatkan di Provinsi Lampung.

Kota Bandar Lampung memiliki sentra khusus Kripik Pisang yang terletak di Jl. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung sekaligus sebagai oleh-oleh Lampung bagi

---

<sup>14</sup> Diskopumkm.bandarlampungkota.go.id

pendatang dari luar Lampung. Sentra kripik pisang yang ada di Gang PU merupakan Usaha Kecil yang sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sentra kripik pisang ini merupakan komunitas dari pengusaha didalamnya terdapat sumber daya manusia dan memiliki berbagai ciri khas mulai dari bentuk maupun rasa yang dimiliki oleh masing-masing usaha kripik pisang.

**Tabel 1.2 Data Omzet Penjualan Tahun 2019-2020**

N o	Nama Keripik	Omzet 2017 (Rp)	Omzet 2018 (Rp)	Omzet 2019 (Rp)	Omzet 2020 (Rp)
1	ZOM-ZOM FAMILY	320.000.0 00	300.000.0 00	240.000.0 00	180.000.0 00
2	FINO	170.000.0 00	150.000.0 00	120.000.0 00	24.000.00 0
3	ASA CIPTO ROSO	380.000.0 00	375.000.0 00	360.000.0 00	180.000.0 00
4	SIGER	1.950.000 .000	1.900.000 .000	1.800.000 .000	840.000.0 00
5	WAGIMAN	500.000.0 00	450.000.0 00	432.000.0 00	180.000.0 00
6	DUA DARA	465.000.0 00	410.000.0 00	360.000.0 00	180.000.0 00
7	RONA JAYA	780.000.0 00	750.000.0 00	720.000.0 00	500.000.0 00
8	CESYLIA	410.000.0 00	390.000.0 00	360.000.0 00	180.000.0 00
9	RIZKA	220.000.0 00	200.000.0 00	192.000.0 00	120.000.0 00
1	LATEB	500.000.0	485.000.0	480.000.0	288.000.0

0		00	00	00	00
1 1	ALINDA	390.000.0 00	380.000.0 00	360.000.0 00	300.000.0 00
1 2	KARYA MANDIRI	560.000.0 00	550.000.0 00	540.000.0 00	324.000.0 00
1 3	KERIPIK SHINTA	780.000.0 00	755.000.0 00	720.000.0 00	640.000.0 00
1 4	SHAQILA	250.000.0 00	245.000.0 00	216.000.0 00	180.000.0 00
1 5	SUHERI	265.000.0 00	250.000.0 00	240.000.0 00	200.000.0 00
1 6	SUMBER REZEKI	780.000.0 00	750.000.0 00	720.000.0 00	360.000.0 00
1 7	KURNIA	200.000.0 00	195.000.0 00	180.000.0 00	108.000.0 00
1 8	NAYLA	350.000.0 00	345.000.0 00	336.000.0 00	180.000.0 00
1 9	IBU MERY	270.000.0 00	260.000.0 00	240.000.0 00	120.000.0 00
2 0	YAYA	935.000.0 00	930.000.0 00	924.000.0 00	252.000.0 00
2 1	SAUDAGAR	100.000.0 00	95.000.00 0	84.000.00 0	50.000.00 0
2 2	ROYAN	500.000.0 00	490.000.0 00	480.000.0 00	216.000.0 00
2 3	NISA	380.000.0 00	370.000.0 00	360.000.0 00	72.000.00 0
2 4	ASKHA JAYA	1.800.000 .000	1.750.000 .000	1.728.000 .000	1.600.000 .000
2 5	LALA	500.000.0 00	495.000.0 00	480.000.0 00	252.000.0 00

2 6	MAHKOTA	860.000.0 00	855.000.0 00	840.000.0 00	720.000.0 00
2 7	PURI JAYA	180.000.0 00	175.000.0 00	168.000.0 00	120.000.0 00
2 8	KERIPIK LAMPUNG	380.000.0 00	375.000.0 00	360.000.0 00	288.000.0 00
2 9	ARABAR	300.000.0 00	295.000.0 00	288.000.0 00	150.000.0 00
3 0	ENGGAL JAYA	150.000.0 00	130.000.0 0	120.000.0 00	85.000.00 0
3 1	ALIBABA	395.000.0 00	380.000.0 00	360.000.0 00	192.000.0 00
3 2	ROJO KERIPIK	490.000.0 00	488.000.0 00	480.000.0 00	360.000.0 00

*Sumber: Data diolah dari wawancara pelaku usaha pada sentra UMKM keripik pisang Jalan. ZA. Pagar Alam*

Dilihat dari data diatas dapat kita lihat bahwa pendapatan para pelaku UMKM keripik di Gang PU mengalami penurunan, sehingga menyebabkan penurunan kesejahteraan para pelaku UMKM di masa pandemi ini.

Berdasarkan hukum *supply* dan *demand*, penurunan permintaan akibat program tetap di rumah saja (*stay at home*) pada gilirannya akan memicu penurunan jumlah produksi. Selanjutnya, proses penurunan perekonomian menunjukkan bahwa bencana yang ditimbulkan oleh Covid-19 ini telah merusak kelancaran mekanisme pembentukan pasar di antara minimnya permintaan dan penawaran. Masyarakat ekonomi golongan menengah kebawah khususnya mikro dan informal dengan pendapatan harian, tentu menjadi kelompok yang paling rentan terkena dampaknya. Salah satunya berdampak terhadap terbatasnya operasional pebisnis dalam

berwirausaha dan berkurangnya konsumen belanja secara langsung dibandingkan hari biasanya.<sup>15</sup>

Dalam hal ini, pemasaran islami memiliki posisi yang sangat strategis dikarenakan pemasaran islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan sunah Rasulullah Saw, pemasaran islami dapat diartikan sebagai kebijaksanaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik dalam memberikan produk dan layanan halal dan thoyiban, sehat dan murni. Pemasaran islami dijadikan sebagai sebuah disiplin ilmu bisnis strategi yang mengarahkan pada proses penawaran dan permintaan dari satu pemrakarsa kepada *Stakeholders* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad prinsip-prinsip Islam dan Muamalah.

Dengan ini, pebisnis dapat menyesuaikan diri dengan menyusun *islamic marketing strategy* melalui strategi STP (Segmenting-Targetting, dan Positioning) untuk menarik konsumen. *Marketing Strategy* merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan oleh pebisnis. Hal tersebut berisi *segmenting* yang memiliki arti sebagai usaha membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah.

Sedangkan *targetting* adalah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi pemasaran pada sebuah kelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respon. Target pasar dapat diartikan juga sebagai kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan. Selanjutnya *positioning* mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan mendapatkan bauran pemasaran yang terperinci.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Moh Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti, "Penyusunan Strategi Pemasaran Islam Dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Of Islamic Economics and Business*, Vol.10, No. 2, (2020), h. 161, <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>

<sup>16</sup> *Ibid.*, h.162

Bekerja dan berusaha untuk mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik serta mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat merupakan salah satu perintah yang dianjurkan dalam islam. Banyak jenis usaha atau pekerjaan yang bisa dilakukan oleh manusia baik secara individu maupun secara kelompok, dengan tidak melanggar segala aturan syariat islam agar mendapatkan keberkahan dalam hidup dunia dan akhirat. Bekerja dan berusaha harus dilandasi dengan prinsip-prinsip ekonomi islam dan juga perilaku profesional yang dibenarkan oleh Allah SWT sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits. Al Qur'an dan Hadits berisi berbagai petunjuk mengenai apa saja yang menjadi perintah Allah dan apa yang menjadi larangan Allah SWT. Salah satunya adalah petunjuk dalam bermuamalah. Berbisnis yang benar salah satu bagian dari muamalah yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.<sup>17</sup>

Islam juga mengajarkan untuk berwirausaha. Sifat-sifat dasar dalam berwirausaha terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an serta Hadits-hadits Rasulullah SAW. Berikut ini adalah beberapa ayat-ayat dalam Al-Qur'an yang berkaitan dengan berwirausaha atau bekerja:<sup>18</sup>

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat at-Taubah ayat 105 sebagai berikut:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ  
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

*“Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu yang telah kamu kerjakan.”*  
(Q.S. At-Taubah [9]: 105)

---

<sup>17</sup> Hasnah Rimiyati & Mujiati Munawaroh, “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim di Kota Yogyakarta)”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.7, No.2, (2016), h.132, <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

<sup>18</sup> *Ibid.*

Ayat diatas menunjukan bahwa (Dan katakanlah) kepada mereka atau kepada manusia secara umum ("Bekerjalah kalian) sesuka hati kalian (maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaan kalian itu dan kalian akan dikembalikan) melalui dibangkitkan dari kubur (kepada Yang Mengetahui alam gaib dan alam nyata) yakni Allah (lalu diberikan-Nya kepada kalian apa yang telah kalian kerjakan.") lalu Dia akan membalasnya kepada kalian.

Berdasarkan Latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti melalui penulisan skripsi berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MEMPERTAHANKAN KESEJAHTERAAN PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDAR LAMPUNG”**.

### **C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan yang ada di latar belakang masalah, adapun fokus dalam penelitian skripsi sebagai berikut. Adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan menurunnya jumlah pendapatan para pelaku UMKM.

Sub Fokus penelitian bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pada penelitian sehingga pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada rumusan masalah penelitian. Selain itu Fokus penelitian juga berfungsi untuk menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan yang telah ditentukan. Adapun sub fokus dari penelitian ini iadalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada strategi yang digunakan pelaku UMKM dalam masa pandemi covid-19
2. Objek dari penelitian ini adalah pelaku UMKM Kripik Pisang di Jl. ZA Pagar Alam



#### **D. Rumusan Masalah**

Yang telah dipaparkan dalam latar belakang maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM kripik pisang dalam mempertahankan kesejahteraan dimasa pandemi covid-19?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan UMKM kripik Pisang di Jl.ZA Pagar Alam di masa pandemi covid-19 dalam perspektif Ekonomi Islam?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM kripik pisang dalam mempertahankan kesejahteraan dimasa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan UMKM kripik Pisang di Jl.ZA Pagar Alam dalam perspektif Ekonomi Islam.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hal terpenting dalam sebuah penelitian adalah manfaat yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkanya hasil dari penelitian tersebut. Adapun penulis mengharapkan adanya kegunaan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan penulis dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu ekonomi pembangunan dibidang ekonomi internasional konsentrasi ekonomi islam.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman mendalam mengenai strategi dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah dalam perspektif ekonomi islam untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 ini.

### **b. Bagi Pemerintah**

Penelitian ini akan dapat membantu pemerintah dalam melakukan kebijakan untuk kesejahteraan UMKM di masa pandemi covid-19

### **c. Bagi Akademisi**

Penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan tentang strategi dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah dalam perspektif ekonomi islam untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 serta dapat digunakan sebagai masukan pada penelitian depan topik yang sama dimasa mendatang

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan ( Studi Pustaka)**

Penelitian terdahulu ini bermaksud untuk mengetahui apakah ada penelitian atau kajian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

No	Penulis	Judul	Metodelogi	Hasil
1.	Robert Tua Siregar, Hery Padapotan Silitonga, dan Juan Anaastasia Putri <sup>19</sup>	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar	Model penelitian ini adalah model pendekatan kualitatif, dengan studi lapangan dan studi kepustakaa n.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi UMKM di Kota Pematangsiantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM.
2.	M. Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti <sup>20</sup>	Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif pada Masa Pandemi Covid-19	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan <i>library researce</i> .	Kesimpulan dari penelitian ini adalah peyusunan strategi pemasaran dalam berwirausaha pada sektor ekonomi kreatif dapat direncanakan melalui STP ( <i>segmenting, targett unf dan positioning</i> ), untuk menarik konsumen dengan halal

<sup>19</sup> Robert Tua Siregar, Hery Padapotan Silitonga, dan Juan Anaastasia Putri,” Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar”, Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Vol.6, No.2, (2020), h. 142, <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3736>

<sup>20</sup> Moh Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti, “ Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Of Islamic Economics and Busines*, Vol.10, (2020), h. 161, <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>

				market. Sedangkan faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi covid-19 agar berjalan secara efektif dan efisien diantaranya adalah konsep promosi.
3.	Alyas dan Muhammad rakib <sup>21</sup>	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk roti maros.

<sup>21</sup> Alyas dan Muhammad rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)", *Sosiohumaniora*, Vol. 9, No. 2, (2017), h.115, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>

4.	Ariani dan Mohammad Nur Utomo <sup>22</sup>	Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi <i>Growth</i> (pertumbuhan) dimana bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM Kota Tarakan.
5.	Wan Laura Hardilawati <sup>23</sup>	Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif	Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada kestabilan dalam perekonomian terutama pada

<sup>22</sup> Ariani dan Mohammad Nur Utomo,” Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan”, Jurnal Manajemen, Vol. 13, No. 2, (2017), h. 116, <https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>

<sup>23</sup> Wan Laura Hardilawati,” Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, Jurnal Akutansi dan Ekonomi, Vol. 10, No.1, (2020), h. 91, <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

				UMKM. UMKM merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dan penerapan PSBB. Strategi bertahan yang dapat dilakukan adalah penjualan melalui <i>e-commerce</i> .
--	--	--	--	--

Setelah menelaah penelitian terdahulu dengan penelitian ini, tidak memiliki perbedaan yang cukup jauh dikarenakan pembahasan dalam penelitian ini kurang lebih menelaah tentang strategi pengembangan dalam mempertahankan UMKM di masa pandemi covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu adanya perspektif ekonomi islam yang mengkaji strategi pengembangan UMKM dan beberapa variabel yang berbeda. Dalam hal ini strategi pengembangan yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM adalah strategi agresif diaman para pelaku UMKM ini memiliki peluang dan kekuatan yang cukup besar dalam mempertahankan usahanya.

## H. Metode Penelitian

Pada dasarnya setiap penulisan karya ilmiah memerlukan data yang pasti (lengkap) dan objektif serta metode dan cara tertentu sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Sesuai dengan hal tersebut maka penulis menggunakan penelitian kualitatif.

Adapun metode pendekatan kualitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada latar belakang ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan berbagai



metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya digunakan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Adapun metode penelitian kualitatif tersidi dari beberapa tahapan yaitu:

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian tentang “strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) dalam perspektif ekonomi islam untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku umkm di masa pandemi covid-19 di kota bandar lampung” mengarah pada pendekatan deskriptif kualitatif. Dikatakan sebagai pendekatan kualitatif karena metode penelitian ini lebih mudah berhadapan dengan kenyataan, metode ini menyajikan secara langsung hubungan antara peneliti dengan responden, dan metode ini juga dapat menyesuaikan diri dengan banyaknya pengaruh bersamaan dengan pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>24</sup>

#### a. Jenis Penelitian

Untuk jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Penelitian *field research* dikerjakan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yang berkenaan dengan Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung. Dalam kaitannya dengan penelitian ini yang menjadi fokus kajian adalah UMKM Keripik Pisang berdasarkan data-data yang diperoleh oleh peneliti baik data primer maupun data sekunder.

---

<sup>24</sup> Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989), h.9

## b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang memaparkan dan melaporkan suatu objek gejala kebiasaan kemudian di analisis dengan kritis. Penelitian diskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu.

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah peneliti memaparkan bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 dan bagaimana analisis SWOT terhadap strategi pengembangan yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, subjek penelitian atau (*informan*) yang diberkaitan dengan variabel yang diteliti.<sup>25</sup>

Sumber data dari penelitian ini berasal dari lokasi penelitian. Yang diperoleh melalui wawancara kepada para pelaku UMKM di JL ZA Pagar Alam Kota Bandar Lampung dengan menggunakan daftar pertanyaan. Dalam mencari informasi mengenai strategi pengembangan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM di masa pandemi covid-19, penulis menggunakan data ini sebagai sumber data utama dalam mendapatkan informasi.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (table, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto-toto film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain

---

<sup>25</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi (Jakarta: Rieneka Cipta 2010), h.22

yang dapat memperkaya data primer serta karya ilmiah yang berkaitan dengan UMKM di Kota Bandarlampung<sup>26</sup>

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini populasi yang menjadi objek penelitian adalah keseluruhan outlet UMKM kripik pisang yaitu berjumlah 32 UMKM yang ada di Jl. ZA. Pagar Alam Gang PU Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar peneliti tidak mampu mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, waktu, dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.<sup>28</sup>

Untuk menentukan informan dalam penelitian, dipilih menggunakan *pupposive sampling* atau sampel bertujuan yang merupakan jenis dari sample nonprobabilitas. Tujuannya disini adalah untuk memperoleh informan yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Pola sampel bertujuan lazim disebut dengan *creation based sampling* artinya bahwa penggunaan sumber data atau narasumber dianggap cukup mana kala informasi yang diperlukan sudah cukup memadai sehingga seringkali jumlah narasumber atau sumber data memungkinkan untuk selalu berkembang dan bertambah. Metode ini lebih peka dan lebih dapat

---

<sup>26</sup> *Ibid.*,

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manjemen*, (Bandung: Alfabeta 2016),h.

<sup>28</sup> *Ibid.*, h.149

menyesuaikan dengan banyak penajaman interaksi dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>29</sup>

Menurut Suharsini Ari Kunto sebagai pemikiran apabila subjeknya kurang dari 100 maka baik diambil keseluruhan dari populasinya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15 %.<sup>30</sup> Karena populasi dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 100 atau sebanyak 32 outlet, maka sampel yang digunakan adalah keseluruhan dari populasi atau sebanyak 32 outlet yang diteliti.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa:

##### a. Teknik Observasi

Metode observasi merupakan pengamatan pencatatan dengan sistematika atas fenomena yang diselidiki secara langsung ataupun tidak langsung.<sup>31</sup> Adapun observasi dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan dengan mengamati secara langsung kegiatan UMKM di Kota Bandar Lampung.

##### b. Teknik Wawancara

Teknik wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>32</sup> Alat yang digunakan pada teknik wawancara dalam penelitian ini adalah interview guide.

---

<sup>29</sup> Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989), h.9

<sup>30</sup> Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), h.128

<sup>31</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h.136

<sup>32</sup> Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), h. 91

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada pelaku UMKM kripik pisang di Jl. ZA.Pagar Alam.

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) ini adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>33</sup> Responden adalah orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang dimuat diangket. Angket yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis angket tertutup, yaitu angket yang menyajikan pertanyaan dan pilihan jawaban sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang atau tanda checklist.

d. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis atau gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen merupakan fakta dan data tersimpan dalam berbagai bahan yang berbentuk dokumen.<sup>34</sup>

## 5. Metode Analisis Data

Adapun analisis data yang dilakukan peneliti yaitu melalui pendekatan kualitatif artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka melainkan data tersebut berasal dari lapangan yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka melainkan data tersebut berasal dari lapangan yang dikumpulkan menggunakan naskah wawancara dan catatan akhir penelitian yang menggambarkan lebih lanjut mengenai apa strategi yang digunakan pelaku UMKM dalam

---

<sup>33</sup> Suharsini Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik", (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.142

<sup>34</sup> Rully Indrawan dan Popy Yuniawati, *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), h.139

meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM di masa Pandemi Covid-19.

**a. *Data Reduction* (reduksi data)**

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.<sup>35</sup>

**b. *Data Display* (Penyajian Data)**

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

**c. *Conclusion Drawing* atau *Verification***

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, h.247

<sup>36</sup> *Ibid.*, h. 252

## **I. Sistematika Penulisan**

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan menjelaskan tentang penegasan judul penelitian yang memaparkan istilah-istilah yang ada pada judul yang bertujuan agar tidak terjadi kekeliruan dalam pemahamannya, latar belakang masalah berisi tentang masalah-masalah pokok yang ada dalam penelitian dari pengertian yang akan dianalisis, fokus dan sub fokus penelitian berisi tentang hal-hal yang terkait dengan substansi masalah yang akan diteliti, rumusan masalah berisi tentang permasalahan-permasalahan apa saja yang akan diselesaikan dalam penelitian ini, tujuan penelitian yaitu tentang hasil dari rumusan masalah dalam penelitian, manfaat penelitian berisi tentang manfaat secara praktis dan manfaat secara akademis, kajian penelitian terdahulu berisi penelitian yang menjadi acuan dasar penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini, metode penelitian menyangkut jenis penelitian ini yaitu kualitatif, teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi data penelitian menggunakan data primer dan sekunder dari berbagai sumber dan metode analisi data menggunakan analisis SWOT dan sistematika pembahasan yang akan dijelaskan secara singkat.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang menyangkut permasalahan yang diteliti berupa teori-teori strategi pengembangan, UMKM dan permasalahan UMKM, konsep ekonomi islam dan karakteristik ekonomi islam, Kesejahteraan dan indikator kesejahteraan, serta tentang dampak dari pandemi covid-19.

### **BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian yang menyangkut sejarah singkat Kota Bandar Lampung, letak geografis, visi dan misi Kota Bandar Lampung, gambaran umum UMKM Kripik Pisang, dan penyajian identifikasi SWOT Strategi Pengembangan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan.



## **BAB IV ANALISIS DATA**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis data yang menggunakan analisis SWOT serta menganalisis temuan penelitian dalam hal pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

## **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan saran yang sesuai dengan hasil penelitian untuk pembaca dan peneliti berikutnya.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi dan Pengembangan

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Menurut Pendapat Griffin strategi merupakan suatu rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>37</sup>

###### b. Komponen Strategi

Secara umum, sebuah strategi memiliki komponen-komponen strategi yang senantiasa dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Ketika komponen tersebut adalah kompetensi yang berbeda (*distinctive competence*), ruang lingkup (*scope*), dan distribusi sumber daya (*resource deployment*).

###### 1) Kompetensi yang Berbeda

Yang dimaksud kompetensi yang berbeda adalah sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan melakukannya dengan baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dalam pengertian lain, kompetensi yang berbeda bermakna kelebihan perusahaan dibandingkan perusahaan lainnya. Pemasaran dan pembayaran secara online adalah salah satu kompetensi yang berbeda yang dimiliki oleh

---

<sup>37</sup> Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.132

Amazon.com jika dibandingkan dengan penjual buku secara manual melalui gedung atau toko-toko penjualan. Kompetensi yang berbeda ini akan menjadi kekuatan bagi strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan.

## 2) Ruang Lingkup

Yang dimaksud dengan ruang lingkup adalah lingkungan dimana organisasi atau perusahaan tersebut beraktivitas. Lokal, regional, atau internasional adalah salah satu contoh ruang lingkup dari kegiatan organisasi. Oleh karenanya, strategi yang akan dilakukan mencakup ruang lingkup yang dihadapi oleh perusahaan.

## 3) Distribusi Sumber Daya

Yang dimaksud sumber daya adalah bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimilikinya dalam menerapkan strategi perusahaan.<sup>38</sup>

### c. Pengertian Pengembangan

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Mengemukakan bahwa pengembangan UKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh

---

<sup>38</sup> Ibid., h.132

UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti penciptaan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, mengembangkan promosi, dan mengembangkan kerjasama yang setara.<sup>39</sup>

## 2. Jenis Strategi

Menurut Griffin secara umum strategi dapat dibagi menjadi dua jenis dilihat dari tingkatannya. Pertama adalah strategi pada tingkat perusahaan (*corporate-level strategy*), Kedua. Strategi pada tingkat bisnis (*business level strategy*). Strategi pada level perusahaan atau korporat dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan anat perusahaan dalam sektor bisnis yang dijalankannya secara keseluruhan. Strategi pada level bisnis adalah alternatif strategi yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankannya pada beberapa jenis bisnis yang diperdagangkan.

### a. Strategi di Tingkat Bisnis

Strategi di tingkat bisnis dilakukan dalam rangka mempertahankan kemampuan kompetensi dari perusahaan dibandingkan para pesaingnya pada bisnis yang sama. Dan untuk mengetahui posisi perusahaan ditengan-tengah persaingan tersebut, perlu dilakukan analisis lingkungan mikro dari perusahaan tersebut yang menggambarkan posisi perusahaan, pesaing, pemasok, dan juga pelanggan yang memerlukan produk dari bisnis yang dijalankannya. Salah satu model yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan analisis ini adalah model 5 faktor pendorong kompetensi dari Michael Porter atau dikenal sebagai *five forces factor model*.

#### 1) Pelanggan

Pelanggan adalah faktor utama mengapa sebuah bisnis dijalankan. Sehingga indikator yang dapat

---

<sup>39</sup> Alyas dan Muhammad rakib,"Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)",*SosiohumanioraI*, Vol. 9, No. 2, (2017), h.115, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>

menunjukkan berhasil tidaknya perusahaan dalam menjalankan bisnis adalah sampai sejauh mana perusahaan dapat memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya sekaligus loyal terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami benar apa yang menjadi perilaku dari pelanggan, faktor-faktor yang menentukan keputusan pelanggan untuk membeli produk, dan lain sebagainya.

## 2) Persaingan Dalam Bisnis Yang Sama

Faktor yang kedua adalah persaingan dalam bisnis yang sama, yaitu antara perusahaan dengan perusahaan pesaing yang menjalankan bisnis yang sama. Perusahaan perlu menyadari bahwa dalam lingkungan bisnis yang kompetitif tidak hanya perusahaan mereka yang bergerak dalam pemenuhan dan penyediaan barang dan jasa bagi pelanggan, tetapi juga terdapat perusahaan lain yang bertindak sebagai pesaing bagi perusahaan dalam mendapatkan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami karakteristik persaingan dalam bisnis yang dijalankan. Strategi apa yang dilakukan oleh pesaing, dan lain sebagainya.

## 3) Potensi Pendetang Baru

Faktor ketiga yang mendorong kepada kompetensi dalam suatu bisnis adalah potensi masuknya pendatang baru dalam bisnis yang sama yang akan menjadi pesaing baru bagi perusahaan. Tingkat pertumbuhan bisnis yang tinggi akan mengundang perusahaan baru untuk masuk kedalam bisnis yang sama. Oleh karena itu, perusahaan perlu mewaspadai faktor ketiga ini. Masuknya pendatang baru akan menyebabkan persaingan semakin ketat dan perusahaan harus semakin pandai dalam melakukan strategi bersaingnya agar bisnis memenangkan persaingan dalam bisnis.

#### 4) Pemasok Faktor Inut

Faktor keempat adalah faktor pemasok input yang dibutuhkan dalam bisnis yang dijalankan. Salah satu faktor yang akan dapat mendorong sebuah bisnis untuk berhasil, terutama bisnis yang memerlukan faktor input adalah sampai sejauh mana perusahaan memiliki jaringan dengan pemasok yang dapat memberikan keunggulan bagi perusahaan, terutama jika pemasok dapat memberikan faktor input yang lebih murah.

#### 5) Perusahaan Subsitusi

Faktor kelima atau faktor terakhir adalah perusahaan subsitusi. Perusahaan perlu menyadari jika kondisi bisnis berubah, maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan subsitusi.<sup>40</sup>

Strategi yang dapat dilakukan pada tingkat bisnis, diantaranya adalah strategi pemosisian (*positioning strategy*) dan strategi penyesuaian (*adaptive strategy*).

##### a) Strategi Pemosisian (*Positioning Strategy*)

Strategi pemosisian dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan dengan cara bagaimana perusahaan dapat memperoleh perhatian dari pelanggan atau memenangkan persaingan. Menurut Porter, ada 3 jenis strategi umum yang dapat dilakukan, yaitu:

##### (1) Strategi Keunggulan Biaya

Strategi ini biasanya dilakukan perusahaan jika perusahaan memungkinkan untuk melakukan penghematan biaya dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pesaingnya. Strategi ini dapat dilakukan jika perusahaan mendapatkan harga yang lebih murah dari pemasok dibandingkan dengan pesaingnya.

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, h.143

## (2) Strategi Diferensiasi

Strategi ini dilakukan untuk mempengaruhi proses persaingan dengan perusahaan pesaing. Diferensiasi dapat dilakukan dengan diferensiasi dari segi kualitas, merek produk, ataupun juga melalui keunikan barang yang ditawarkan.

## (3) Strategi Fokus

Strategi fokus ini dilakukan jika perusahaan tidak dapat melakukan strategi diferensiasi ataupun strategi keunggulan biaya, sehingga lebih baik memfokuskan pada satu jenis bisnis saja sehingga seluruh perhatian perusahaan dapat secara penuh ditunjukkan pada kemajuan bisnis tersebut. Dengan dilakukan strategi fokus, maka perusahaan dapat dengan mudah menetapkan rencana dan strategi dalam bisnisnya dibandingkan jika strategi lain dilakukan.

## b) Strategi Penyesuaian (*Adaptive Strategy*)

Strategi penyesuaian dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk memilih strategi yang paling sesuai ketika perusahaan dihadapkan dengan berbagai perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis yang sedang dijalankan. Terdapat empat jenis strategi penyesuaian, yaitu:

### (1) Strategi Defenders

Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan perusahaan agar dapat tetap bertahan dalam bisnis yang sedang dijalankan, daripada harus gulung tikar. Strategi ini biasanya menekankan pada perbaikan internal perusahaan dalam rangka perbaikan pelayanan kepada pelanggan.



## (2) Strategi Prospector

Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengejar pertumbuhan secara lebih agresif. Strategi ini memungkinkan untuk dilakukan jika perusahaan mendapati peluang untuk mengembangkan bisnis ke arah yang lebih luas lagi. Perusahaan yang melakukan strategi ini biasanya selalu menjadi perusahaan pertama yang mengenalkan produk-produk baru.

## (3) Strategi Analyzers

Strategi ini merupakan gabungan antara strategi defenders dan strategi prospector. Perusahaan menjawab peluang-peluang yang ada hanya terbatas pada beberapa peluang saja. Tidak semua [peluang] kemudian dijawab oleh perusahaan dengan mengembangkan bisnis baru tujuannya yang ingin dicapai adalah pertumbuhan pada bisnis yang sedang dijalankan sambil melakukan minimalisasi resiko.

## (4) Strategi Reactors

Strategi ini tidak memiliki strategi yang konsisten perusahaan yang melakukan strategi ini biasanya cenderung bersifat reaktif dan menunggu peluang yang ada dan bagaimana perusahaan lain menjawab peluang tersebut.<sup>41</sup>

## B. UMKM

### 1. Pengertian UMKM

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.<sup>42</sup> Secara praktik UMKM sering dikaitkan

<sup>41</sup> *Ibid.*, h.145

<sup>42</sup> Tukus Tambunan, *Usaha Mikro kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), h. 11

dengan usaha yang memiliki keterbatasan modal. Namun tidak sedikit berawal dari UMKM kemudian berubah menjadi perusahaan yang maju. Pertumbuhan UMKM ini pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Pemerintah pun serius dan memberikan perhatian pada usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM. Alasannya, UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar.<sup>43</sup>

## 2. Ciri-ciri UMKM

UMKM tidak hanya berbeda dari aspek modal, omzet, dan jumlah tenaga kerja. Perbedaan UMKM dengan usaha besar dapat pula dibedakan berdasarkan ciri dan karakteristik yang terdapat dalam UMKM itu sendiri. Ciri-ciri UMKM dapat dijelaskan berdasarkan kelompok usahanya. Usaha mikro umumnya dicirikan oleh beberapa kondisi berikut:

Usaha mikro umumnya dicirikan oleh beberapa kondisi berikut:

- a. Belum melakukan manajemen/pencatatan keuangan, sekalipun yang sederhana atau masih sedikit yang mampu membuat neraca usahanya,
- b. Pengusaha atau SDMnya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai,
- c. Pada umumnya belum mengenal perbankan, tetapi lebih mengenal rentenir atau tengkulak,
- d. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP,
- e. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari 4 orang.

Ciri-ciri usaha kecil diantaranya:

---

<sup>43</sup> *Ibid*, h. 11

- a. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan keuangan, walaupun masih sederhana, tetapi keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga dan sudah membuat neraca usaha.
- b. SDMnya sudah lebih maju dengan rata-rata pendidikan SMA dan sudah memiliki pengalaman usaha.
- c. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan kegiatan lainnya, termasuk NPWP,
- d. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki antara 5 sampai 19 orang.

Usaha menengah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran dan produksi,
- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan mengaudit dan penilaian atau pemeriksaan, termasuk yang dilakukan oleh bank,
- c. Telah melakukan pengaturan atau pengelolaan dan menjadi anggota organisasi perburuhan. Sudah ada program jamsostek dan pemelihara kesehatan.
- d. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas, antara lain izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelola lingkungan, dan lain-lain,
- e. Kualitas SDM meningkat dengan penggunaan sarjana sebagai manajer.

Dengan berbagai ciri yang terdapat pada UMKM, sejatinya pihak yang berwenang perlu memerlukan inventarisasi terhadap berbagai kelemahan yang dimiliki masing-masing UMKM sehingga pemetaan UMKM menjadi lebih akurat untuk menciptakan suatu program pemberdayaan UMKM yang sesuai dengan kondisi masing-masing UMKM.

### 3. Karakteristik UMKM

Kriteria UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki masing-masing badan usaha sebagaimana rumusan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, sedangkan pengelompokan berdasarkan jumlah karyawan yang terlibat dalam sebuah usaha tidak dirumuskan dalam Undang-Undang tersebut. Kriteria UMKM yang ditentukan berdasarkan aset dan omzet yang dimiliki dapat dilihat pada tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**Kriteria UMKM berdasarkan Omzet**

No.	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta-2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	>500 Juta- 10 Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

### 4. Daya Saing UMKM

Daya saing UMKM Indonesia relatif rendah, dan ini dapat menjelaskan kenapa intensitas ekspor UMKM Indonesia relatif rendah. Bahkan di pasar domestik juga banyak produk buatan kelompok usaha tersebut tidak mampu bersaing dengan barang-barang impor, baik yang resmi maupun selundupan, dengan harga yang relatif jauh lebih rendah. Beberapa alasannya sebagai berikut:<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 60-79

- a. Kualitas barang-barang buatan UMKM lebih rendah daripada barang-barang impor atau buatan UB karena banyak hal, termasuk rendahnya teknologi yang digunakan oleh UMKM dan buruknya kualitas sumber daya manusianya, termasuk dalam manajemen dan pemasaran.
- b. Tingkat efisiensi dalam proses produksi yang rendah yang tercerminkan oleh biaya produksi per satu unit output yang relatif tinggi.
- c. Kebijakan-kebijakan ekonomi makro di Indonesia, termasuk regulasi-regulasi perdagangan, tanpa disengaja lebih menguntungkan barang-barang impor daripada UMKM, yang pada gilirannya mengurangi stimulasi bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas produknya sehingga mengurangi daya saingnya.

Salah satu cara efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing adalah melakukan inovasi terus-menerus. Inovasi bukan saja penting untuk terus-menerus meningkatkan kualitas produk-produk baru mengikuti perubahan selera pasar. Inovasi dianggap sebagai pengembangan dan aplikasi yang berhasil dari pengetahuan baru. Konsep inovasi sering didasarkan pada definisi dari schumpeter, yaitu kombinasi baru dari faktor-faktor produksi.

Selain kualitas produk, yang sangat ditentukan oleh kemampuan inovasi, tingkat efisiensi dalam proses produksi juga sangat menentukan tingkat daya saing, dan ini berkaitan langsung dengan biaya produksi.

## 5. Permasalahan UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pengembangan ekonomi. Gerak sektor UMKM sangat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UMKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dua arah permintaan pasar. UMKM juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan

UMKM juga memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan.

Masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil, sebagai berikut:

- a. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar
- b. Kelemahan dalam struktur modal dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
- c. Kelemahan dibidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia
- d. Keterbatasan jaringan usaha kerja sama antara pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran)
- e. Iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan
- f. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Tantangan yang dihadapi pengusaha kecil dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Bagi usaha dengan omzet kurang dari Rp.50.000.000, umumnya tantangan yang dihadapi adalah cara menjaga kelangsungan hidup usahanya. Bagi pengusaha kecil ini umumnya beranggapan asal dapat berjalan dengan “aman” sudah cukup, dan umumnya tidak membutuhkan modal besar untuk ekspansi produksi dan biasanya modal yang diperlukan kadar membantu kelancaran arus kas saja.
- b. Bagi usaha dengan omzet antara Rp.50.000.000 hingga Rp. 100.000.000 tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks, seperti:
  - 1) Masalah belum adanya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikannya dan pengelolaan perusahaan

- 2) Masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman
- 3) Masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat
- 4) Masalah akses terhadap teknologi terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan/kelompok bisnis tertentu dan selera konsumen cepat berubah
- 5) Masalah memperoleh bahan baku terutama karena adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan bahan baku
- 6) Masalah perbaikan dan kualitas barang dan efisiensi terutama bagi yang sudah menggarap pasar ekspor karena selera konsumen berubah cepat, pasar dikuasai oleh barang tertentu dan banyak barang pengganti
- 7) Masalah tenaga kerja karena sulit mendapatkan tenaga kerja yang trampi.<sup>45</sup>

#### Masalah Organisasi Manajemen:

- a. kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.
- b. Kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menyediakan produk/jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.
- c. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)
- d. Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi

Keterbatasan SDM ini merupakan suatu hambatan struktural yang dialami oleh UMKM, yaitu sekitar 70% persen tenaga

---

<sup>45</sup> Arif Yusuf Amalia, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), h. 118



kerja UMKM hanya berijazah SD. Permasalahn lainnya adalah yang terkait dengan ekspor, yaitu:

- a. Kurangnya informasi mengenai pasar ekspor yang dapat dimanfaatkan.
- b. Kurangnya lembaga yang dapat membantu mengembangkan ekspor.
- c. Sulitnya mendapatkan sumber dana untuk ekspor.
- d. Pengurusan dokumen yang diperlukan untuk ekspor yang birokratis.<sup>46</sup>

## 6. Pemilihan Lokasi Usaha

Mengkaji lokasi usaha perlu dilakukan karena menyangkut efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau produknya, dan kemudahan mencapai konsumen. Penentuan lokasi usaha juga menyangkut kebutuhan luas bangunan, kemungkinan pengembangan dan perluasan usaha. Setiap jenis usaha menghendaki karakter lokasi usaha berbeda dengan jenis usaha lain yang berbeda pula. Selain itu juga, ada pertimbangan mengenai kelancaran distribusi dan adanya peraturan atau kemudahan yang mungkin disediakan pemerintah atau pemerintah daerah.

Pertimbangan faktor lingkungan setempat ini cukup banyak. Tentang kemungkinan pengadaan tenaga kerja yang murah dan mudah, pengaruh usaha terhadap lingkungan, jumlah dan tingkat sosial penduduk, adat istiadat, tingkat harga tanah, dan tersedianya bahan pembantu merupakan hal penting untuk dipertimbangkan.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibid.*, h,114

<sup>47</sup> Bambang Mmurdaka Eka Jati dan Tri Kuntoro Priyambodo, *Kewirausahaan Technoopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-ilmu Eksakta*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), h.287

## C. Konsep Ekonomi Islam

### 1. Pengertian Ekonomi Islam

Kata ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga, sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan suatu negara.

Definisi yang lebih populer yang sering digunakan untuk menerangkan ilmu ekonomi tersebut adalah: “salah satu cabang ilmu sosial yang khusus mempelajari tingkah laku manusia atau segolongan masyarakat dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang relatif tidak terbatas, dengan alat pemenuh kebutuhan yang terbatas adanya.”<sup>48</sup>

Adapun dalam pandangan islam, ekonomi atau *iqtishad* berasal dari kata *qosdun* yang berarti keseimbangan (*equilibrium*) dan keadilan (*equally balanced*). Adapun islam berarti juga damai ataupun selamat. Ekonomi islam dibangun atas dasar agama islam, karena ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari agama islam.

### 2. Dasar Ekonomi Islam

Ada tiga aspek yang mendasar dalam ajaran islam, yaitu aspek akidah (*tawhid*), hukum (*syari'ah*), dan akhlak. Ketika seseorang memahami tentang ekonomi islam secara keseluruhan, maka ia harus mengerti ekonomi islam dalam ketiga aspek tersebut. Ekonomi islam dalam dimensi akidahnya mencakup atas dua hal yaitu pemahaman tentang ekonomi islam yang bersifat ekonomi ilahiyah dan pemahaman ekonomi islam yang bersifat rabbaniyah.

Segala pembahasan yang berkaitan dengan ekonomi islam sebagai ekonomi *ilahiyah*, berpijak pada ajaran *tauhid*

---

<sup>48</sup> Ika Yunia Faizia, Lc., M.E.I., *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h.2

*uluhiyyah*. Ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah, dikarenakan kapasitas Allah sebagai dzat yang wajib disembah dan juga tidak menyekutukan-Nya. Hal ini berimplikasi pada ada niatnya yang tulus, bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan oleh manusia adalah dalam rangka beribadah kepada Allah, sebagai satu bentuk penyembahan kepada-Nya. Termasuk ketika seseorang melakukan kegiatan ekonomi dalam keseharian. Dengan kondisi seperti ini, alam bawah sadar seseorang akan selalu menolak setiap pekerjaan yang dianggap tidak baik dan berimplikasi pada adanya kerugian bagi orang lain.

Adapun pembahasan tentang ekonomi islam sebagai ekonomi *rabbaniyah*, berpijak pada ajaran *tauhid rububiyah*. *Tauhid rububiyah* adalah mengesakan Allah melalui segala hal yang telah diciptakan-Nya, dengan selalu meyakini bahwa Allah merupakan pencipta alam semesta, Allah juga sang pemberi rezeki, dan Allah adalah Tuhan pengatur alam semesta. Ketika seseorang menyembah Allah, dikarenakan kapasitas Allah sebagai pemberi rezeki dan segala kenikmatan yang ada di dunia ini dengan sebaik-baiknya, sehingga bisa membawa kemaslahatan bagi masyarakat. Segala apa yang dibutuhkan oleh manusia telah ada dimuka bumi ini, maka menjadi suatu kewajiban baginya untuk selalu bekerja, bertebaran dimuka bumi ini untuk mencari rejeki-Nya.<sup>49</sup>

### 3. Karakteristik Ekonomi Islam

Ada beberapa karakteristik dalam ekonomi islam, karakteristik tersebut sesuai dengan beberapa aspek dalam ekonomi islam yang mencakup aspek normatif-idealis-deduktif dan juha historis-empiris-induktif. Adapun karakteristik ekonomi islam antara lain:

#### a. *Rabbaniyah Mashdar* (bersumber dari Tuhan)

Tujuan Allah dalam meberikan “pengajaran” yang berkaitan dengan kegiatan berekonomi umat-Nya adalah

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, h.8

untuk memperkecil kesenjangan di antara masyarakat. Sehingga umat-Nya bisa hidup dalam kesejahteraan di dunia dan di akhirat.

b. *Rabbaniyah al-Hafd* (bertujuan untuk Allah)

Selain bersumber dari Allah, ekonomi islam juga bertujuan kepada Allah. Artinya, segala aktivitas ekonomi islam merupakan suatu ibadah yang diwujudkan dalam hubungan antar manusia untuk membina hubungan dengan Allah. Lebih dari itu, islam mensyaratkan umatnya agar selalu beraktivitas ekonomi sesuai dengan ketentuan Allah di segala penjuru di muka bumi ini, tidak menzalimi orang lain, dan bertujuan memberikan kemaslahatan bagi semua manusia. Ketika seseorang beribadah dengan baik tanpa mengimbangi perilaku ekonominya dengan berperilaku baik pula, maka ibadahnya menjadi sesuatu yang cacat.

c. *Al-Raqabah al-Mazdujah* (mixing control/kontrol di dalam dan di luar)

Ekonomi islam menyertakan pengawasan yang melekat bagi semua manusia yang terlibat didalamnya. Pengawasan dimulai dari diri masing-masing manusia, karena manusia adalah *leader* (khalifah) bagi dirinya sendiri. Pengawasan selanjutnya yaitu dari luar, yang melibatkan institusi, lembaga, ataupun seorang pengawas. Kaitannya dengan pengawasan dari luar, islam mengenalkan lembaga pengawas pasar (*hisbah*) yang bertugas untuk membenahi kerusakan dan kecurangan di dalam pasar.

d. *Al-Tawazun bayna al-Maslahaah al-Fard wa al-Jama'ah* (keseimbangan antara kemaslahatan individu dan masyarakat)

Ekonomi islam merupakan ekonomi yang menjunjung tinggi keseimbangan diantara kemaslahatan individu dan masyarakat. Segala aktivitas yang diusahakan dalam ekonomi islam bertujuan untuk membangun harmonisasi

kehidupan. Sehingga kesejahteraan masyarakat bisa tercapai. Akan tetapi kesejahteraan masyarakat tidak bisa terealisasi, sebelum tercapai kesejahteraan masing-masing individu dalam suatu golongan masyarakat. Karena Allah tidak mengubah suatu masyarakat, sebelum individu dari masyarakat tersebut mengubah keadaannya sendiri.

- e. *Al-Tawazun bayna al-Madiyah wa al-Rukhiyah* (Keseimbangan antara materi dan spiritual)

Islam memotivasi manusia untuk bekerja dan mencari rezeki yang ada, dan Islam tidak melarang umatnya dalam memanfaatkan rezeki yang ada. Akan tetapi pemenuhan terhadap aspek materi haruslah selalu disesuaikan dengan kebutuhan, dan dalam rangka untuk mendekatkan diri kepada Allah. Ketika seseorang memenuhi kebutuhan materinya secara berlebihan, maka hal itu sudah menyalahi ketentuan Allah. Seseorang yang berlebihan akan kehilangan 'sensitivitas'nya, dan akan memperlebar jurang kesenjangan dengan si miskin. Dan Allah menyandingkan seseorang yang berperilaku mubazir dengan setan sebagai saudaranya.

- f. *Al-Waqiyah* (realistis)

Ekonomi Islam bersifat realistis, karena sistem yang ada sesuai dengan kondisi *real* masyarakat. Ekonomi Islam mendorong tumbuhnya usaha kecil dalam masyarakat yang pada akhirnya bisa mendongkrak pendapatan mereka. Ekonomi Islam juga merupakan ekonomi yang sangat realistis, karena bisa mengadopsi segala sistem yang ada, dengan catatan membuang aspek yang haram di dalamnya. Salah satu alasan kenapa diharamkannya suatu praktik dalam suatu sistem yang ada adalah untuk menghindari kerusakan di antara manusia. Karena ajaran-ajaran tentang keharaman dalam ekonomi Islam merupakan sebab yang berakibat pada kerugian orang lain.

g. *Al-Alamiyyah* (universal)

Ekonomi islam mempunyai sistem yang sangat universal. Maka dari itu, ajaran-ajarannya bisa dipraktikan oleh siapapun dan dimanapun ia berada. Karena tujuan dari ekonomi islam hanyalah satu, yaitu *win-win solution* yang bisa dideteksi dengan tersebarinya kemaslahatan diantara manusia dan meniadakan kerusakan di muka bumi ini.<sup>50</sup>

#### 4. Faktor-Faktor Produksi Dalam Islam

Dalam aktivitas produksinya, produsen mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang/jasa. Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap dan variabel tetap. Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak tergantung pada jumlah produksi. Ada atau tidak adanya kegiatan produksi, faktor produksi itu haruslah tetap tersedia. Sementara jumlah pengguna faktor produksi variabel tergantung pada tingkat produksinya. Makin besar tingkat produksi, makin banyak faktor produksi variabel yang digunakan. pengertian faktor produksi tetap dan variabel, terkait erat dengan waktu yang dibutuhkan untuk menambah atau mengurangi faktor produksi tersebut. Mesin dikatakan sebagai faktor produksi tetap karena dalam jangka pendek (kurang dari setahun) susah untuk ditambah atau dikurangi. Sementara buruh dikatakan faktor produksi variabel karena jumlah kebutuhannya dapat disediakan dalam waktu kurang dari satu tahun. Dalam jangka panjang (*long run*) dan sangat panjang (*very long run*) semua produksi sifatnya variabel. Lebih lanjut lagi, Ghazali menyebutkan bahwa beberapa faktor produksi antara lain:

a. Tanah

Tanah telah menjadi suatu faktor produksi terpenting sejak dahulu kala. Penekanan pada pengguna tanah-tanah mati menunjukkan perhatian Rasulullah SAW dalam penggunaan

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, h.31

sumber daya bagi kemakmuran rakyat. Islam mengakui adanya kepemilikan atas sumber daya alam yang ada, dengan selalu mengupayakan penggunaan dan pemeliharaan yang baik atas sumber daya.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan *human capital* bagi suatu perusahaan. Diberbagai macam jenis produksi, tenaga kerja merupakan aset bagi keberhasilan suatu perusahaan. Kesuksesan suatu produksi terletak pada kinerja sumber daya manusia yang ada di dalamnya, termasuk diantaranya kinerja para tenaga kerja. Tenaga kerja yang memiliki *skill* dan integritas yang baik merupakan modal utama bagi suatu perusahaan.

c. Modal

Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu produksi. Tanpa adanya modal, produsen tidak akan bisa menghasilkan suatu barang/jasa. Modal adalah sejumlah kekayaan yang bisa saja berupa *assets* ataupun *intangible assets*, yang bisa digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan. Dalam Islam, modal suatu usaha haruslah bebas dari riba. Dalam beberapa cara perolehan modal, Islam mengatur suatu sistem yang lebih baik, dengan cara kerja sama *mudharabah* atau *musharakah*.

d. Manajemen Produksi

Beberapa faktor produksi diatas tidak akan menghasilkan suatu profit yang baik ketika tidak ada manajemen yang baik. Karena tanah, tenaga kerja, modal, dan lain sebagainya tidak akan berdiri sendirinya. Semuanya memerlukan suatu pengaturan yang baik, berupa suatu organisasi, ataupun suatu manajemen yang bisa menetibkan, mengatur, merencanakan, dan mengevaluasi segala kinerja yang akan dan telah dihasilkan oleh masing-masing divisi.



e. Teknologi

Di era kemajuan produksi yang ada pada saat ini, teknologi mempunyai peranan yang sangat besar dalam sektor ini. Berapa banyak produsen yang kemudian tidak bisa *survive* karena adanya kompetitor lain dan lebih banyak menghasilkan barang/jasa jauh lebih baik, karena didukung oleh faktor teknologi.

f. Bahan Baku

Bahan baku terbagi menjadi dua macam, adakalanya bahan baku tersebut merupakan sesuatu yang harus didapati ataupun dihasilkan oleh alam, tanpa ada penggantinya. Ada juga yang memang dari alam akan tetapi, bisa di carikan bahan lain untuk mengganti bahan yang telah ada. Ketika produsen akan memproduksi suatu barang/jasa, maka salah satu hal yang harus dipikirkan yaitu bahan baku. Karena jika bahan baku tersedia dengan baik, maka produksi akan berjalan dengan lancar, jika sebaliknya maka akan menghambat jalannya suatu produksi.<sup>51</sup>

## 5. Prinsip Ekonomi Islam

Menurut Metwally, prinsip-prinsip ekonomi islam secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggung jawabkan diakhirat kelak. Implikasinya adalah manusia harus menggunakannya dalam kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.
- b. Kepemilikan pribadi diakuidalam batas-batas tertentu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang diperoleh secara tidak sah.
- c. Bekerja adalah kekuatan penggerak utama kegiatan ekonomi islam. Islam mendorong manusia untuk bekerja dan berjuang untuk mendapatkan materi/harta dengan berbagai cara,asalkan

---

<sup>51</sup> Ika Yunia Faizia,Lc.,M.E.I,*Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*,( Jakarta: Prenadamedia Group,2014), h.118

mengikuti aturan yang telah ditetapkan. Hal ini dijamin oleh Allah bahwa Allah telah menetapkan rizki setiap makhluk yang diciptakan-Nya.

- d. Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- e. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaanya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak. Prinsip ini didasari oleh sunnah Rasulullah yang menyatakan bahwa masyarakat mempunyai hak yang sama atas air, padang rumput, dan api.
- f. Seseorang muslim harus tunduk pada Allah dan hari pertanggungjawaban di akhirat. Kondisi ini akan mendorong seseorang muslim menjauhkan diri dari hal-hal yang berhubungan dengan *maisir, gharar*, dan berusaha dengan cara yang batil.
- g. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah melampaui batas (*nisab*). Zakat ini merupakan alat distribusi sebagai kekayaan orang kaya yang ditujukan untuk orang miskin dan mereka yang membutuhkan.
- h. Islam melarang *riba* dalam segala bentuknya.<sup>52</sup>

## 6. Standardisasi Produk Halal Dalam Islam

Dalam proses pengelolaan produk halal yang diatur dalam fatwa majelis Ulama Indonesia Nomor 4 tahun 2003 tentang Standardisasi fatwa halal adalah sebagai berikut:

- a. Khamr
  - 1) Khamr adalah setiap yang memabukkan, baik berupa minuman, makanan maupun lainnya. Hukumnya adalah haram

---

<sup>52</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h.2

- 2) Minuman yang termasuk dalam kategori khamr adalah minuman yang mengandung ethanol ( $C_2H_5OH$ ) minimal 1%
  - 3) Minuman yang termasuk dalam kategori khamr adalah najis.
  - 4) Minuman yang mengandung ethanol di bawah 1% sebagai hasil fermentasi yang direkayasa adalah haram, tetapi tidak najis.
  - 5) Minuman keras yang dibuat dari air perasan tape dengan kandungan ethanol minimal 1% termasuk kategori khamr.
  - 6) Tape dan iar tape tidak termasuk tape, kecuali apabila memabukkan.
- b. Penggunaan nama dan bahan
- 1) Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama atau simbol-simbol makanan/minuman yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan
  - 2) Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama atau simbol makanan yang mengarah pada nama-nama binatang yang diharamkan terutama babi dan khamr, kecuali yang telah mentradisi dan dipastikan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti nama bakso, bakmi, bakwan, bakpia, dan bakpao.
  - 3) Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan bahan campuran bagi komponen makan/minuman yang menimbulkan rasa/aroma (flavour) benda-benda atau binatang yang diharamkan, seperti mie instan rasa babi, bacon flavour, dll.
  - 4) Tidak boleh mengonsumsi makanan/minuman yang menggunakan nama-nama makanan/minuman yang diharamkan seperti *whisky*, *brandy*, *beer*, dan lain-lain.

## D. Kesejahteraan

### 1. Pengertian Kesejahteraan

Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan dapat diartikan persamaan hidup yang setingkat lebih dari kehidupan. Seseorang akan merasa hidupnya sejahtera apabila ia merasa senang, tidak kurang suatu apapun dalam batas yang mungkin dicapainya, ia terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancam.<sup>53</sup>

Beberapa studi menggunakan istilah Welfare State atau Kesejahteraan sebagai padan kata. Menurut Kamus online MerriamWebster Dictionary, kata „welfare“ diartikan sebagai „the state of being happy, healthy, or successful.“ Dalam terjemahan bebas, kata „welfare“ mengandung beberapa makna, yakni keadaan bahagia, sehat, atau sukses. Dalam salah satu studi, Andersen mengungkapkan bahwa welfare state merupakan institusi negara dimana kekuasaan yang dimilikinya (dalam hal kebijakan ekonomi dan politik) ditujukan untuk:<sup>54</sup>

- a. Memastikan setiap warga negara beserta keluarganya memperoleh pendapatan minimum sesuai dengan standar kelayakan.
- b. Memberikan layanan sosial bagi setiap permasalahan yang dialami warga negara (baik dikarenakan sakit, tua, atau menganggur), serta kondisi lain semisal krisis ekonomi.
- c. Memastikan setiap warga negara mendapatkan hak-haknya tanpa memandang perbedaan status, kelas ekonomi, dan perbedaan lain.

Kesejahteraan dalam pembangunan sosial ekonomi, tidak dapat didefinisikan hanya berdasarkan konsep material dan hedonis, tetapi juga memasuki tujuan-tujuan kemanusiaan dan kerohanian. Oleh sebab itu, konsep kesejahteraan bukan berorientasi pada terpenuhinya kebutuhan material-duniawi,

---

<sup>53</sup> Mita Noveria, *Pertumbuhan Penduduk dan Kesejahteraan*, (Jakarta: LIPI Pers, 2011), h.22

<sup>54</sup> Adi Fahrudin, *Pengantar Kesejahteraan Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2012), h. 64

melainkan juga berorientasi pada terpenuhinya kesejahteraan spiritual dan ukhrowi. Todaro dan Stephen C. Smith, menjelaskan bahwa upaya mencapai kesejahteraan masyarakat secara material, duiawi dan spriritual dapat dilakukan dengan memperhatikan tiga hal dasar yaitu:<sup>55</sup>

- a. Tingkat Kebutuhan Dasar Peningkatan kemampuan dan pemerataan distribusi kebutuhan dasar seperti makanan, perumahan, kesehatan, dan perlindungan.
- b. Tingkat kehidupan Peningkatan tingkat kehidupan, tingkat pendapatan, pendidikan yang lebih baik dan peningkatan pendidikan.
- c. Memperluas skala ekonomi dari individu dan bangsa. Yaitu adanya pilhan pekerjaan yang lebih baik dari masyarakat yang lebih baik untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

## 2. Indikator Kesejahteraan

Menurut Sadono Sukirno, kesejahteraan ialah aspek yang tidak hanya mementingkan tentang pola konsumsi tetapi pengembangan potensi atau kemampuan setiap manusia menjadi penting sebagai modal dalam mencapai kesejahteraan hidup. Oleh karena itu Sadono Sukirno membedakan kesejahteraan dalam tiga kelompok yaitu:<sup>56</sup>

- a. Kelompok yang berusaha membandingkan tingkat kesejahteraan di dua Negara dengan memperbaiki cara perhitungan pendapatan nasioanl yang di pelopori Collin Clark, Gilbert, dan Kravis.
- b. Kelompok yang berusaha menyusun penyesuaian pendapatan masyarakat yang dibandingkan dengan mempertimbangkan perbedaan tingkat harga Negara.
- c. Kelompok yang berusaha untuk membandingkan tingkat kesejahteraan setiap Negara berdasarkan data yang tidak bersifat moneter.

---

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 64

<sup>56</sup> Sukirno Sadono, Makro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran dari Klasik dan Baru, (Jakarta: Raja Perindo Persada, 2012),h. 51

Tingkat kesejahteraan manusia dapat diukur dengan perhitungan fisik, dan non-fisik seperti tingkat konsumsi perkapita, angka kriminalitas, angkatan kerja, tingkat ekonomi, dan akses di media masa. Selain itu, kesejahteraan masyarakat juga dapat diukur menggunakan IPM (Indeks Pembangunan Manusia) yang terdiri dari tiga gabungan dimensi yaitu dimensi umur, manusia terdidik dan standar hidup yang layak. Adapun menurut Badan Pusat Statistik (BPS), kesejahteraan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan jasmani dan rohani dari rumah tangga tersebut terpenuhi sesuai dengan tingkat hidup. Dan untuk mengukur tingkat kesejahteraan manusia, BPS (badan pusat statistik) memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut:<sup>57</sup>

- a. Pendapatan Pendapatan atau penghasilan adalah indikator yang dapat menggambarkan kesejahteraan masyarakat. Adapun yang dimaksud dengan pendapatan adalah penerimaan total kas yang diperoleh seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (satu tahun). Pendapatan terdiri dari penghasilan tenaga kerja, penghasilan atas milik (seperti sewa, bunga, dan deviden) serta tunjangan dari pemerintah.
- b. Perumahan dan Pemukiman Perumahan dan pemukiman selain menjadi kebutuhan dasar manusia, juga mempunyai fungsi yang sangat strategi dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga dan peningkatan kualitas generasi yang akan datang. Selain itu, rumah juga merupakan determinan kesehatan masyarakat, dimana rumah yang sehat dan nyaman adalah rumah yang mampu menunjang kondisi kesehatan tiap penghuninya.
- c. Pendidikan Pendidikan merupakan hak asasi manusia dan hak setiap warga negara untuk dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses belajar. Setiap warga negara Indoneisa berhak memperoleh pendidikan yang bermutu

---

<sup>57</sup> Ikhwan Abidin Basri, Islam dan Pembangunan Ekonomi Masyarakat, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2009),h. 96

sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki tanpa memandang status sosial, status ekonomi, suku, etnis, agama dan lokasi geografis.

- d. Kesehatan merupakan salah satu indikator kesejahteraan penduduk sekaligus indikator keberhasilan program pembangunan. Masyarakat yang sakit akan sulit memperjuangkan kesejahteraan bagi dirinya, sehingga pembangunan dan berbagai upaya dibidang kesehatan diharapkan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat serta tidak diskriminatif dalam pelaksanaannya. Kesehatan menjadi indikator kesejahteraan dapat dilihat melalui mampu atau tidaknya masyarakat menjalani pengobatan di layanan kesehatan serta mampu untuk membiayai secara penuh obat yang dibutuhkan.

Berdasarkan indikator-indikator kesejahteraan diatas maka proses pertumbuhan ekonomi merupakan pertumbuhan yang mendukung pembangunan manusia lebih berkualitas.

## **E. Pandemi Covid-19**

### **1. Pengertian Pandemi Covid-19**

Virus Corona atau severe acute respiratory syndrom coronavirus 2 (SARS-CoV-2) merupakan suatu virus yang menyerang sistem pernapasan pada manusia. Penyakit karena terinfeksi virus ini disebut dengan COVID-19. Virus corona ini dapat menyebabkan infeksi paru-paru yang berat serta menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan hingga dapat menyebabkan kematian. Karena adanya virus corona ini segala aktivitas yang dilakukan diluar rumah semuanya telah dibatasi. Dengan adanya program tetap dirumah aja mengakibatkan penurunan jumlah produksi, bencana yang ditimbulkan oleh covid ini telah merusak kelancaran mekanisme pasar dengan minimnya permintaan dan penawaran.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Moh Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti, “ Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19”,

Menurut WHO (*World Health Organization*) pandemi adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia. Beberapa pakar mempertimbangkan definisi berdasarkan penyakit yang secara umum dikatakan pandemi dan mencoba mempelajari penyakit dengan memeriksa kesamaan dan perbedaannya. Penyakit dipilih secara empiris untuk mencerminkan spektrum etiologi, dan mekanisme penyebaran.<sup>59</sup>

## 2. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM

Akibat dari penyebaran virus covid-19 memberikan dampak yang besar bagi seluruh dunia. Di Indonesia dampak dari covid-19 berpengaruh pada beberapa sektor, mulai dari kesehatan, ekonomi, pendidikan, dan masih banyak lagi sektor yang terdampak dari adanya covid-19. Dampak pandemi covid-19 terhadap UMKM dapat dilihat dari dua sisi yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari sisi penawaran, dengan adanya pandemi covid-19, banyak UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja. Hal itu terjadi karena alasan menjaga kesehatan pekerja dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial (*sicial distancing*). Kedua sebab tersebut berujung pada keengganan masyarakat untuk bekerja sementara waktu pandemi masih ada. Pada sisi permintaan, berkurangnya permintaan akan barang dan jasa berdampak pada UKM tidak dapat berfungsi optimal yang berujung pada berkurangnya likuiditas perusahaan. Hal ini menyebabkan masyarakat kehilangan pendapatan, karena UKM tidak berkemampuan membayar hak upah pekerja. Pada kondisi terburuk, pemutusan hubungan kerja secara sepihak.<sup>60</sup>

Kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemi ini terbagi dalam empat masalah:

---

*Jurnal Of Islamic Economics and Busines*, Vol.10, (2020),h. 161, <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>

<sup>59</sup> Rina Tri Handayani, Dewi Arradin, Aquartuti Tri Darmayanti, Aris Wijayanto, dan Joko Tri Atmojoyo, "Pandemi Covid-19, Respon Imun Tubuh, dan Herd Imunity", *Jurnal Ilmiah Permas*, Vol. 10, No.3, (2020), h.374, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>

<sup>60</sup> Evi Suryani, "Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industri Kelepon Di Kota Baru Driyorejo)", *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1, No.8, (2021), h.3, <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.272>



- a. Terjadi penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat diluar sebagai pelaku konsumen.
- b. Kesulitan dalam permodalan karena tingkat penjualan yang menurun sehingga perpuaran kodal yang sulit.
- c. Adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu menjadi hambatan pada distribusi produk.
- d. Karena menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain membuat UMKM kesulitan.<sup>61</sup>

Pandemi covid-19 memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi daya beli masyarakat, eksistensi UMKM, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, dan penurunan kinerja perusahaan.

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi covid-19. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan diseluruh dunia. Dampak positif dari kebijakan *lockdown* adalah pemerintah dapat mengurangi jumlah masyarakat yang terdampak virus covid-19, karena mengurangi aktifitas diluar dapat menjaga resiko penularan yang tinggi. Selain itu secara tidak langsung sudah mengurangi polusi. Bertolak belakang dari dampak positif, dampak negatif dari kebijakn ini adalah perekonomian tidak berjalan dengan baik atau sektor perdagangan terkena dampak yang serius, serta pertumbuhan ekonomi akan menurun.

## **F. Analisis SWOT**

### **1. Pengertian Analisis SWOT**

Analisis SWOT menurut Freddy Rangkuti adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan

---

<sup>61</sup> *Ibid.*

pada hubungan atau interaksi unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal, yaitu peluang dan ancaman. Petunjuk umum yang sering diberikan untuk perumusan adalah memanfaatkan kesempatan dan kekuatan (O dan S atau *oppportunity* dan *Strength*). Analisis ini diharapkan membuahkan rencana jangka panjang, dengan cara mengatasi atau mengurangi ancaman dan kelemahan (T dan W atau *Threat* dan *Weakness*). Analisis ini lebih condong menghasilkan rencana jangka pendek, yaitu rencana perbaikan.<sup>62</sup>

Analisis SWOT merupakan ringkasan dari keunggulan dan kelemahan perusahaan yang dikaitkan dengan peluang dan ancaman lingkungan. Dengan memikirkan tentang keunggulan dan kelemahan organisasi perusahaan, diharapkan agar dapat membantu manajer strategi untuk melihat organisasinya relatif pada pesaingnya. Kerangka analisis SWOT berupaya mengembangkan wawasan atau pandangan, bahwa suatu perusahaan hanya dapat meningkatkan kinerjanya, bila perusahaan itu dapat mengelola pemanfaatan peluang sekaligus meminimalisasi ancaman lingkungan.<sup>63</sup>

Analisis SWOT adalah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisis SWOT adalah alat analisis yang ditunjukkan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat

---

<sup>62</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h.108

<sup>63</sup> Sofjan Assauri, *Strategis Management: Edisi:2*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.71

memaksimalkan kekuatan dan peluang, yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.<sup>64</sup>

Hasil dari analisis SWOT adalah identifikasi *distinctive competencies* perusahaan yang berasal dari sumber daya dan kemampuan internal yang dimiliki perusahaan serta sejumlah peluang yang selama ini belum dimanfaatkan perusahaan, misalnya akibat adanya kekurangan dalam kemampuan internal perusahaan. Kendati analisis SWOT merupakan alat analisis yang bertahan paling lama serta banyak digunakan oleh perusahaan untuk melakukan analisis situasional dalam formulasi strategi.<sup>65</sup>

## 2. Komponen Analisis SWOT

Analisis SWOT terbagi atas empat komponen dasar yaitu,:

- a. *Strength* (S), yaitu situasi atau kondisi kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.
- b. *Weakness* (W), yaitu situasi atau kondisi kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini.
- c. *Opportunity* (O), yaitu situasi atau kondisi peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi masa depan
- d. *Threat* (T), yaitu situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi pada masa depan.

Metode analisis SWOT bisa dianggap metode analisis yang paling mendasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungannya dari peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan

---

<sup>64</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h. 108

<sup>65</sup> Ismail Solih, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), h. 164

membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat.<sup>66</sup>

### 3. Manfaat Analisis SWOT

Beberapa manfaat yang bisa didapat dari analisis SWOT diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai panduan bagi perusahaan untuk menyusun berbagai kebijakan strategis terkait rencana dan pelaksanaan di masa yang akan datang,
- b. Menjadi bentuk bahan evaluasi kebijakan strategi dan sistem perencanaan sebuah perusahaan,
- c. Memberikan tantangan ide-ide bagi pihak manajemen perusahaan,
- d. Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan.<sup>67</sup>

### 4. Matriks SWOT

Setelah manajer melakukan pemindaian terhadap lingkungan umum (*general enviroment*) dan lingkungan tugas (*task enviroment*) serta mengidentifikasi sejumlah faktor-faktor eksternal yang akan berpengaruh terhadap formulasi strategi perusahaan, maka para manajer dapat menggunakan *external analys summary* EFAS yang dikembangkan oleh *Wheelen* dan *Hunger*.<sup>68</sup>

Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT ini, maka penulis akan menggunakan matriks SWOT agar Mempermudah merumuskan berbagai strategi yang dijalankan oleh pelaku UMKM dan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya.

---

<sup>66</sup> Arif Yusuf Amalia, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), h. 110

<sup>67</sup> Septinor Bilun, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada CV. Sempga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai", e Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.4, No. 1 (2016), h.119

<sup>68</sup> Ismail Solihiin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), h. 170

Adapun bentuk dari Matriks SWOT digambarkan sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 2.2**  
**Matriks Analisis SWOT**

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
	Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
<i>Threats (T)</i>	Strategi (S)	Strategi WT
Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman	Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

- a. SO Strategis merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*strengths*) yang mereka miliki untuk memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*).
- b. ST Strategis merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*strength*) yang mereka miliki untuk menghindari berbagai ancaman (*threats*).
- c. WO Strategis merupakan berbagai strategis yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa suatu perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada di lingkungan eksternal dengan cara mengatasi berbagai kelemahan (*weaknesses*) sumber daya internal yang dimiliki perusahaan saat ini.

- d. WT Strategis merupakan berbagai strategi yang pada dasarnya bersifat bertahan (*defensive*) serta bertujuan untuk meminimalkan berbagai kelemahan dan ancaman.

Peringkat diberikan oleh kepada setiap faktor strategis perusahaan internal maupun eksternal. Skala rating pada matrik IFAS sebagai berikut:

- 1) 1 = jika faktor tersebut merupakan kelemahan besar perusahaan
- 2) 2 = jika faktor tersebut merupakan kelemahan normal perusahaan
- 3) 3 = jika faktor tersebut merupakan kekuatan normal perusahaan
- 4) 4 = jika faktor tersebut merupakan kekuatan besar perusahaan

Sedangkan rating pada matrik EFAS sebagai berikut:

- 1) 1 = jika respon perusahaan terhadap faktor tersebut kecil
- 2) 2 = jika respon perusahaan terhadap faktor tersebut normal/rata-rata
- 3) 3 = jika respon perusahaan terhadap faktor tersebut di atas rata-rata
- 4) 4 = jika respon perusahaan terhadap faktor tersebut tinggi.<sup>69</sup>

Tahap selanjutnya menentukan skor untuk setiap faktor. Total skor pembobotan matrik berkisar antara 1,0-4,0. Kisaran total skor faktor dapat dibagi dalam empat kategori, antara lain:

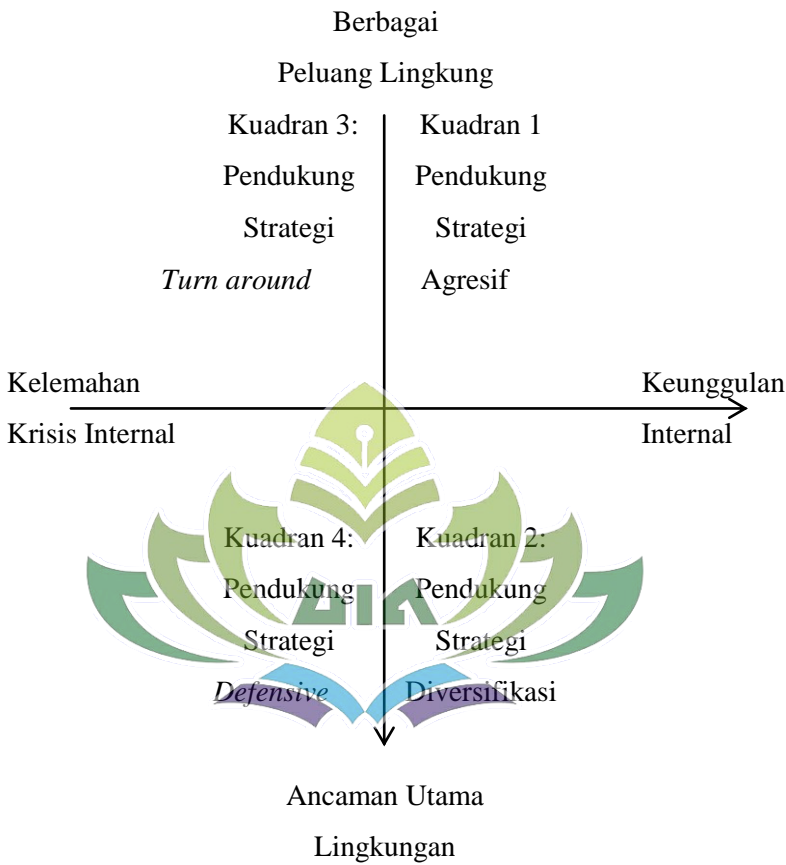
- 1) 1,00 = tak mampu menutupi kelemahan dengan kekuatan
- 2) < 2,50 = posisi internal perusahaan lemah
- 3) > 2,50 = posisi internal perusahaan kuat

---

<sup>69</sup> Aan Novianto, Analisis Strategi Pengembangan Bisnis: Studi pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar". *skripsi*, Universitas Lampung, 2017, h.53

4,00 = kekuatan dimanfaatkan dengan sangat baik

5. **Diagaram Analisis SWOT**



**Gambar 2.1**  
**Diagram Analisis SWOT**

Suatu hal yang penting dari analisis SWOT pada tingkat pertama adalah memberikan dasar uuntuk suatu keahlian dalam perencanaan strategi, keahlian yang dapat dikapitalisasi di dalam keunggulan perusahaan. Hal ini perlu dilakukan untuk tujuan mencocokkan atau menyesuaikan dengan peluang-peluang, baik

yang dapat ditangkap perusahaan maupun sekaligus dapat bertahan dalam menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal. Dari hasil analisis SWOT ini diperoleh hasil :

- a. Pengidentifikasian keunggulan sumber-sumber daya perusahaan, kapabilitas bersaing, dan kompetensi perusahaan
- b. Pengidentifikasian kelemahan sumber daya perusahaan dan kelemahan dalam menghadapi persaingan
- c. Pengidentifikasian ancaman terhadap keuntungan perusahaan pada masa depan.

Disamping hasil analisis tersebut, dapat pula diperoleh nilai dari hasil Analisis SWOT, yaitu:

- a. Penggambaran konklusi secara ringkas mengenai hasil Analisis SWOT, terutama tentang keadaan perusahaan secara keseluruhan.
- b. Pencocokan strategi perusahaan yang tepat atau baik, dalam upaya memperkuat sumber daya dan peluang oasar, serta upaya untuk memperbaiki masalah kelemahan yang ada dan mempertahankannya guna menghadapi ancaman eksternal yang membahayakan.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> *Ibid.*, h.73



## DAFTAR PUSTAKA

Abidin Basri Ikhwan. *Islam Dan Pembangunan Ekonomi Masyarakat*. (Jakarta: Gema Insani Pers.2009)

Afri Mulia Rizki dan Nika Saputra. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kota Padang. *Jurnal El-Riyasah*, Vol.11, No.1, (2020).

Ariani dan Mohammad Nur Utomo. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan. *Jurnal Manajemen*, Vol.13, No.3 (2017).

Arikunto Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineks Cipta.2010)

Alyas dan Muhammad rakib. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, Vol.9, No.2 (2017).

Assauri Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali Pers.2010)

Assauri Sofjan. *Strategis Management*. (Jakarta: Rajawali Pers.2016)

Bilung, Septinor. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada CV. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *EJournal Adminsitasi Bisnis* 4, no. 1 (2016).

Fahrudin Adi. *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. (Bandung: Refika Aritama.2012)

Indrawan Rully dan Popy Yuniawati. *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. (Bandung: Refika Aritama.2014)

Istiqomah, and Irsad Andriyanto. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5, no. 2 (2018).

Khoiri Abdi Moh dan Novi Febriyanti. Penyusunan Strategi Pemasaran Islam Dalam Berwirausaha Di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Of Islamic*, Vol.10, No.5, (2020).

Laura Hardilawati Wan. Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akutansi Dan Ekonomika*, Vol.10, No.2, (2020).

Lubis K Suhardi. *Hukum Ekonomi Islam*. (Jakarta: Sinar Grafika.2015)

Majid Abdul, *Perencanaan Pembelajaran*. (Bandung: Remaja Rosdakarya.2005)

Mashuri. Analisis Strategi Pemasaran UMKM di ERA 4.0. *Jurnal Imliah Ekonomi Kita*, Vol.8, No.2, (2019)

Mita Noveria. *Pertumbuhan Penduduk Dan Kesejahteraan*. (Bandung: LIPI Pers.2011)

Prawirosentono Suryadi dan Dewi Primasari. *ManajemennStratejik &Corporate Decision Making*. (Jakarta: Bumi Aksara.2014)

Priyambodo, Bambang Murdaka Eka Jati dan Tri Kuntoro. *Kewirausahaan Technoopreneurship Untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Eksakta*. (Yogyakarta: Penerbit Andi.2016)

R Giang Randi. Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan Di Kecamatan Pineleg. *Jurnal EMBA*, Vol.1, No.4 (2013).

Rimiyati Hasnah & Mujiati Munawaroh. Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta). *Jurnal ManajemenBisnis*, Vol.7, No.1, (2016).

Sukirno Sadono. *Makro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Dan Baru*. (Jakarta: Raja Perindra Persada.2012)

Sholihin Ismail. *Manajemen Strategik*. (Jakarta: Erlangga.2012)

sugiyono. *Metode Penelitian Manjemen*. (Bandung: Alfabeta.2016)

Suprayitno Eko. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional*. (Yogyakarta: Graha Ilmu.2005)

Suryani Evi. Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industri Kelepon Di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1, No.3, (2021).

Tambunan Tukus. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting*. (Jakarta: LP3ES.2012)

Tisnawati Sule Ernie dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen*. (Jakarta: Kencana.2005)

Tri Handayani Rina, Dewi Arradin, Aquartuti Tri Darmayanti, Aris Wijayanto, dan Joko Tri Atmojoyo. Pandemi Covid-19, Respon Imun Tubuh, Dan Herd Immunity. *Jurnal Ilmiah Permas*, Vol.10, No.2, (2020).

Tua Siregar Robert, Hery Padapotan Silitonga, dan Juan Anaastasia Putri. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, Vol.6, No.2, (2020).

Yunia Faizia Ika, Lc., M.E.I. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*. (Jakarta: Prenadamedia Group.2014)

Yusuf Amalia Arif.2016. *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.